

Opinnäytetyö (AMK)

Kirjasto- ja tietopalvelun koulutusohjelma

NKITIS11

2016

Hanhisalo Saana

E-KIRJOJEN MARKKINOINNIN VAIKUTTAVUUS LAPPEENRANNAN KAUPUNGINKIRJASTOSSA

Saana Hanhisalo

E-KIRJOJEN MARKKINOINNIN VAIKUTTAVUUS LAPPEENRANNAN KAUPUNGINKIRJASTOSSA

Tässä opinnäytetyössä tutkitaan Lappeenrannan kaupunginkirjaston e-kirjamarkkinoinnin vaikuttavuutta, eli sitä kuinka hyvin markkinointi on saavuttanut kirjaston asiakkaat. E-kirjoja on ollut kirjaston valikoimissa jo vuodesta 2005 lähtien, mutta kiinnostus niihin lainauslukujen perusteella on ennen vuotta 2014 on ollut hyvin pientä. Kirjastoilla on lain määräämä velvollisuus tuoda tietoa tasa-arvoisesti kaikkien saataville ja e-kirjat mahdollistavat tätä varsinkin syrjäseuduilla. E-kirjat eivät kuitenkaan formaattina ole lain edessä tasa-arvoisia painetun aineiston kanssa.

Markkinointiin on kirjastojen historiassa suhtauduttu aina ristiriitaisesti. Silti nykypäivänä on hankala kiistää markkinoinnin arvoa, sillä kirjasto ei enää nauti samanlaista monopoliasemaa tiedon jakelussa kuin aikaisemmin. Kirjastojen markkinointia tarkastellaan sekä siihen liittyvien asenteiden, että käytännön toimien kautta.

Tutkimus toteutettiin kyselylomakkeen muodossa keväällä 2016. Kyselyyn vastasi 52 Lappeenrannan kirjaston asiakasta, joista puolet oli tietoisia siitä, että kirjastosta voi lainata e-kirjoja. Suurin osa vastaajista kuitenkin luki e-kirjoja ja oli kiinnostuneita saamaan kirjastolta tietoa e-kirjoista.

ASIASANAT:

kirjastot, markkinointi, sähkökirjat, digitaaliset kirjastot

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Degree programme in Library and Information Services

2016 | 45 + 2

Saana Hanhisalo

EFFECTIVENESS OF E-BOOK MARKETING IN THE LAPPEENRANTA CITY LIBRARY

[Click here to enter text.](#)

This thesis analyzes the effectiveness of e-book marketing in the Lappeenranta City Library. The library has offered e-books to its customers since 2005, but based on borrowing statistics there has not been much interest in e-books before the year 2014. Finnish libraries are decreed by law to allow equal access to information for everyone. E-books have the potential to make equal access possible in remote locations for example. Still, e-book as a format is not equal to printed media in the eyes of the law.

Marketing has always been a controversial topic in libraries. But it's hard to deny the value of marketing in today's world, where library doesn't monopolize the field of gathering and dispensing information as they used to. Library marketing is observed here through the attitudes relating to it and also from a practical perspective.

The effectiveness of the existing marketing was charted in the form a customer survey that was carried out during the spring 2016. The survey was filled out by 52 customers of Lappeenranta City Library, from which half were aware of the possibility of e-book borrowing. Most respondents had read e-books and expressed interest in the library's e-books.

KEYWORDS:

Libraries, marketing, electronic books, digital libraries

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	5
2 MARKKINOINTI JA KIRJASTOT	7
2.1 Markkinointi yleisissä kirjastoissa	8
2.1.1 Kirjastomarkkinoinnin keinoja	10
2.1.2 E-kirjojen markkinointi	11
2.2 Yhtenäinen e-aineistostrategia ja toimintasuunnitelma	12
3 E-KIRJA	15
3.1 E-kirja tänään	16
3.1.1 Lukulaitteet ja ohjelmistot	17
3.1.2 Tiedostomuodot	18
3.2 E-kirjat kirjastoissa	20
3.2.1 E-kirjastojen ensimmäinen vuosikymmen	21
3.2.2 Haasteet	23
3.2.3 Tulevaisuus?	25
3.3 E-kirjat Lappeenrannassa	26
4 E-KIRJOJEN LAINAAMINEN HEILI-KIMPASSA JA KYSELYTUTKIMUS	29
4.1 Vaikuttavuuden mittaaminen kirjastoissa	30
4.2 Lainaustilastot	31
4.3 Asiakaskyselyn tulokset	32
5 PÄÄTELMÄT	39
LÄHTEET	41

LIITTEET

Liite 1. Kyselylomake

1 JOHDANTO

Tämä opinnäytetyö käsittelee e-kirjojen markkinoinnin vaikuttavuutta Lappeenrannan kaupunginkirjastossa. Tutkimus on toteutettu asiakaskyselyn muodossa vuoden 2016 kevään aikana. Lappeenrannan kaupunginkirjastossa on ollut ensimmäiset e-kirjat lainattavissa jo noin vuodesta 2005 alkaen, mutta aikaisempaa asiakastutkimusta aiheesta ei ole tehty ennen tätä opinnäytetyötä.

Kirja-ala on ollut jatkuvassa muutoksessa jo 70-luvulta lähtien, jolloin kirjakauppa vapautettiin hintarajoitteista, mutta viimeisten kahden vuosikymmenen aikana muutosten vauhti nopeutunut huomattavasti (Saarinen ym. 2001). Tietokoneiden ja Internet-yhteyksien yleistyessä kotitalouksissa myös verkossa tapahtuva lukeminen on lisääntynyt ja ihmisten lukutottumuksen muuttuneet. Ihmiset eivät lue vähemmän, mutta lukemisen painottuminen on siirtynyt painetuista kirjoista ja sanomalehdistä enemmän sähköisiin sisältöihin, kuten verkkolehtiin ja blogeihin. Kaunokirjallisuuden ja sarjakuvien lukeminen on lisääntynyt, varsinkin nuorison keskuudessa. Tämä heijastuu suoraan kustannusalaan esimerkiksi siten, että tietokirjojen myynti on täysin romahtanut, ihmisten hakiessa mieluummin tietoa verkosta kuin kömpelöistä hakuteoksista (Ekholm & Repo 2010, 55-56).

Kirjastojen tehtävä on lain mukaan suoda kaikille yhtäläiset mahdollisuudet tiedon saamiseen. E-kirjastot tasa-arvoistavat tiedon saatavuutta muun muassa seuduilla, joissa ei ole kirjastoja tai joista kirjasto on lakkautettu. E-kirjojen saaminen kirjastoihin on silti ollut Suomessa hidasta ja työtä on vielä paljon tehtävänä esimerkiksi lain ja kirja-alan erilaisissa asenteissa painettua kirjaa ja e-kirjaa kohtaan (Ekholm & Repo 2010, 59-60; Ristikartano & Virrankoski 2011, 52-66).

Suurin osa muutoksista tehdään kansallisella tasolla, isojen organisaatioiden ja konsorttioiden yhteistyönä. Kirjastollakin on silti oma roolinsa kansakunnan sivistyksen ylläpitäjänä. Muutos ei tule tapahtumaan automaattisesti, vaan kirjastojen on oltava siinä aktiivisesti mukana ja tekemässä. Toimiva e-kirjojen markkinointi on osa tätä.

Opinnäytetyössä käydään alkuun läpi markkinointiajattelua ja kirjastojen markkinointia yleisellä tasolla. Tietotekniikan, sosiaalisen median ja uusien sukupolvien myötä aiheutunut muutos on ajankohtainen myös kirjastoille, Luvussa tuodaan esille myös erilaisia tapoja markkinoida e-kirjoja kirjastoissa.

Seuraava luku käsittelee e-kirjoja teknologiana, sekä niiden tuloa kirjastoihin. Aluksi käydään läpi e-kirjojen historiaa, sekä e-kirjoihin liittyviä käsitteitä, joita e-kirjoista kiinnostuneen on hyvä ymmärtää. Luvussa tarkastellaan e-kirjojen tuloa kirjastoihin, sekä siitä aiheutuneita haasteita, sekä mietitään kirjastoalan tulevaisuudenvisioita. Lopuksi luvussa käydään läpi e-kirjojen tilanne Lappeenrannan kirjastoissa.

Lopuksi puretaan tutkimukseen käytetyn asiakaskyselyn tulokset ja pohditaan niitä e-kirjojen lainaustilastoihin verraten. Päätelmäosiossa vastataan tutkimuskysymykseen markkinoinnin vaikuttavuudesta, sekä pohditaan mahdollisia toimenpiteitä, joita tutkimuksen pohjalta voitaisiin Lappeenrannan kaupunginkirjastossa tehdä.

2 MARKKINOINTI JA KIRJASTOT

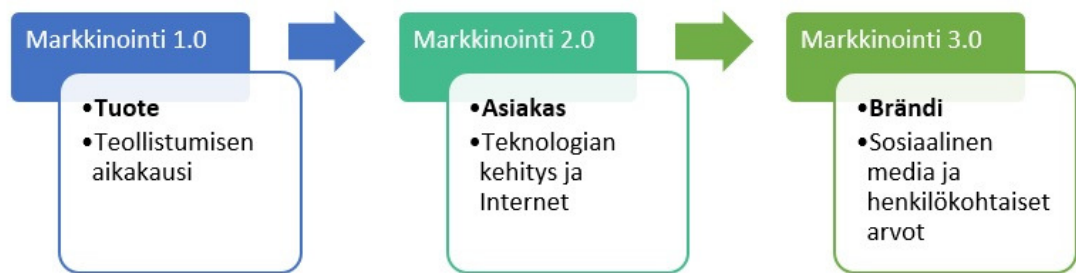
Markkinoinnin määritelmä on muuttunut vuosikymmenten varrella puhtaasta tuotteiden myymisestä asiakkaiden tarpeiden täyttämiseen ja siitä elämänlaadun parantamiseksi, mutta perimmäinen tarkoitus markkinoinnissa on kuitenkin saattaa tuote ja asiakas yhteen (Kotler 2005, 8-9).

Markkinoinnin alkuaikojakin leimasi markkinoinnin asiantuntijoiden Kotlerin, Kartajayan ja Setiawanin (2010, 17-18) mukaan ajattelutapa, jossa tuote oli pääosassa. Tämä markkinointi 1.0:ksi kutsuttu ajattelutapa kuuluu teollistumisen alkuaikaan, jolloin tehtaot eivät vielä olleet nykyaikaisen joustavia. Tuotantolinjoilla valmistettiin vain yhtä massatuotetta, jotta tuotantokulut pysyisivät mahdollisimman alhaisina ja tuotetta voitaisiin myydä kasvavalle keskiluokalle kohtuulliseen hintaan. Asiakkaille ei ollut juurikaan vaihtoehtoja, joten markkinointi oli järkevintä keskittää itse tuotteeseen.

Tietotekniikan ja kommunikointitapojen kehittyminen toi mukanaan markkinointi 2.0-ajattelun, jossa paino siirrettiin tuotteesta asiakkaaseen. Teollisuuden kehittymisen myötä kuluttajalla oli enemmän valinnanvaraa ja tietotekniikan myötä myös mahdollisuus vertailla ja valita mieleisensä tuote. Markkinointiajattelu muuttui siis asiakaslähtöiseksi. Asiakkaista alettiin tunnistaa erilaisia ryhmiä, joilla on erilaisia tarpeita, jotka tulee huomioida. Näin markkinoinnin käsite laajeni pelkästä mainostamisesta ja myymisestä myös asiakkaiden tarpeiden tunnistamiseen ja niihin reagoimiseen (Kotler ym. 2010, 18-21).

Markkinointi 1.0 ei ole täysin poistunut käytöstä ja markkinointi 2.0:n mukainen ajattelu on vielä erittäin yleistä, mutta niin kutsutun Y-sukupolven, 80- ja 90-lukujen taitteessa syntyneiden millenniaalien myötä, markkinointi on joutunut läpikäymään suurimman muutoksensa vuosikymmeniin (Newman 2015). Muutos tähän markkinointi 3.0-ajatteluun on ollut käynnissä koko 2000-luvun. Jos markkinointi 1.0 oli tuotokeskeistä ja markkinointi 2.0 asiakaskeskeistä, niin markkinointi 3.0 on brändikeskeistä. Markkinointi 3.0 tunnistaa, että ihmiset haluavat kertoa valinnoillaan itsestään ja arvoistaan ja vaikuttaa ympäristöönsä valintojensa kautta. Sosiaalinen media on muuttanut markkinoinnin pelikenttää, eikä asiakkaaseen voi enää suhtautua passiivisena osapuolena (Kotler ym. 2010, 18-21).

Y-sukupolven asiakkaat jakavat ja suosittelevat hyviksi kokemiaan tuotteita mielellään ja vastavuoroisesti ovat valmiita kokeilemaan tuotteita, joita heidän tuttavansa suosittelevat, mutta heidän suhtautumisensa suoraan mainontaan on selkeän kielteinen (Newman 2015). Y-sukupolvi on suhteellisen brändiuskollista, mutta sosiaalisen median vuoksi mielipiteet voivat muuttua hyvinkin nopeasti, koska markkinointi ei ole enää täysin markkinoijan käsissä. (Kotler ym. 2010, 46-48; Senkus, P. 2013, 332).



Kuvio 1. Markkinointiajattelun kehittyminen.

Senkus (2013, 334-335) huomauttaa, että muutokset markkinointiajattelussa tulevat yhä lyhyemmällä aikavälillä ja muutos markkinointi 4.0-ajatteluun voi tulla ajankohtaiseksi hyvinkin nopeasti. Y-sukupolvea seuraavasta, 2000-luvun vaihteesta ja sen jälkeen syntyneestä Z-sukupolvesta on jo markkinoijien keskuudessa huomattu, etteivät he ole todennäköisesti tule olemaan kovinkaan brändiuskollisia, vaan etsivät mieluummin aina ominaisuuksiltaan parhaiten itselleen sopivan tuotteen (Wood 2013, 2).

2.1 Markkinointi yleisissä kirjastoissa

Asenne markkinointiin Suomen yleisissä kirjastoissa on nykyään pääosiltaan positiivista, vaikka vastustajiaakin vielä löytyy. Erot asenteissa tuntuisivat perustuvan eri ikäluokkien erilaisiin asenteisiin, markkinointikielteisimpien henkilöiden sijoittuessa vanhempiin sukupolviin, joiden aikana kirjastoa on pidetty laitoksena, jonka ei missään nimessä pitäisi sekaantua mihinkään kaupallisuuteen viittaavaan. Myös markkinointiin positiivisesti suhtautuvien kesken on erimielisyyttä siitä, millaisia markkinoinnin keinoja kirjastojen kannattaisi hyödyntää. Joidenkin mielestä asiakkaat ovat ehkä itsestäänselvyys, eikä kirjaston tarvitse kuin markkinoida palveluitaan kirjastoissa kävijöille, omien seinensä sisällä

(Juntunen & Saarti 2014, 26). Toiset taas haluavat saavuttaa ihmisiä kirjastojen ulkopuolella ja elvyttää yhä pieneneviä lainausmääriä (Taarasti 2013, 69-74).

Helinskyn (2012, 12) mukaan kirjastot ovat itse asiassa jopa kehittyneet hyvin taitaviksi markkinoinnissa, ehkä jopa huomaamattaan tai sitä markkinoinniksi mieltämättä. Syy tähän on se, että kirjastojen on vuosien mittaan täytynyt jatkuvasti oikeuttaa olemassaolonsa yhteiskunnassa, joka ei aina näe kirjastojen arvoa, varsinkaan voittoa tavoittelemattomana laitoksena.

Selvää kuitenkin on, että tietotekniikan kehittymisen myötä kirjastolla ei ole enää monopoliasemaa tiedon saataville tuomiseen. Ihmiset hakevat ja saavat tietoa Internetistä nopeammin ja helpommin kuin kirjaston tietopalvelutiskiltä. Kirjaston etuja Internetiin verrattuna on laadukas sisällönkuvailu, joka mahdollistaa relevantin tiedon löytymisen, opastus tiedonhankintaan, sekä pääsy luotettaville tiedon lähteille. Tämä on näkökulma jota kirjastojen olisi hyvä tuoda enemmän esiin markkinoinnissaan. (Helinsky 2012, 36-37; Juntunen & Saarti 2014, 9-15, 30).

Yleiset kirjastot ovat julkisia, voittoa tavoittelemattomia organisaatioita. Tämä vaikuttaa markkinointiin muun muassa käytettävissä olevien resurssien määrässä. Kirjaston markkinointibudjetti ei yleensä ole kovin suuri, tai sitä ei ole ollenkaan (Ristikartano & Virrankoski 2011, 102). Yleisten kirjastojen rahoitus tulee kunnan verotuloista, sekä valtion maksamista valtionosuuksista, joiden tarkoitus on tasoittaa kuntien välisiä eroja. Tämän lisäksi kirjastot voivat hakea erilaisia avustuksia ja projektirahoituksia tavoitteidensa toteuttamiseen (Vuokko 2004, 23-24; Opetus- ja kulttuuriministeriö 2016).

Näiden lisäksi kirjaston on mahdollista venyttää markkinointibudjettiaan yhteistyön ja sponsoroinnin kautta. Yleisimmin kirjastot tekevät yhteistyötä toisten kunta-alan toimijoiden tai koulujen kanssa. Myös paikalliset seurat, kuten urheiluseurat ovat hyvä vaihtoehto. Sponsorointia vierastetaan kirjastoissa sen selkeän kaupallisuuden takia. Sponsoroinnin pelätään myös vaikuttavan kirjastojen päätäntävaltaan kokoelmiensa ja palveluidensa suhteen, mutta kokemukset sponsoroinnista, kun siihen on lähdetty, ovat Helinskyn mukaan kuitenkin pääasiassa positiivisia. Sekä yhteistyö, että sponsorointi vaativat kirjastolta kuitenkin aikaa ja työtä, jota pienessä kirjastossa ei välttämättä ole (Ristikartano & Virrankoski 2011, 113; Helinsky 2012, 80-89).

Kirjassaan Nonprofit-organisaatioiden markkinointi Pirjo Vuokko (2010, 44) määrittelee markkinoinnin keskeisimmäksi elementiksi asiakkaan ja tämän tarpeiden tunnistamisen.

Tämä on linjassa Kotlerin markkinointi 2.0-ajattelun kanssa ja looginen ajattelutapa kirjastojen markkinoinnissa, koska kirjastot ovat julkisia palveluita kaikille. Nykyaikaisessa kirjastojen markkinoinnissa on silti selkeästi erotettavissa myös markkinointi 3.0 elementtejä, kuten kirjasto 2.0-brändi, joka painottaa tietotekniikan ja sosiaalisen median käyttöä kirjastoissa (Rauhala 2016, 77-79).

2.1.1 Kirjastomarkkinoinnin keinoja

Käytännön toimista kirjastojen markkinoinnissa tulee varmasti monelle ensimmäisenä mieleen itse kirjojen ja kirjaston valikoimien esille tuominen. Kirjastot järjestävät erilaisten ajankohtaisten teemojen mukaisia kirjanäyttelyitä ja tekevät nostoja kokoelmista, jotta asiakkaat löytäisivät mielenkiintoista luettavaa. Myös uutuuskirjahyllyt ovat kirjastoissa yleensä näkyvällä paikalla. Nykyaikaiset kirjastojärjestelmät tarjoavat tietokantojensa asiakaskäyttöliittymissä uudenlaisia mahdollisuuksia. Teoksen kuvailutiedot sisältävään tietueeseen voidaan liittää kuvia, arvostelutoimintoja ja sosiaalisen median linkkejä. Uutuuksia tai teeman mukaista kirjallisuutta voi nostaa esiin myös vaikkapa tietokannan etusivulla. Sosiaalisen median myötä moni kirjasto myös tiedottaa uutuuksistaan vaikkapa Facebookissa tai Twitterissä (Juntunen & Saarti 2014, 40-43).

Myös kirjaston esitteet ja muut tiedotusmateriaalit ovat melko itsestään selviä markkinoinnin osasia. Kirjaston verkkosivujen olisi hyvä olla selkeät ja ajantasaiset. Kirjaston osoite ja aukioloajat tulisi voida löytää helposti. Ilmoitustaulu keskeisellä paikalla kirjaston tiloissa auttaa levittämään tietoa tapahtumista, mutta nykyään lienee on vielä tärkeämpää tiedottaminen verkossa, esimerkiksi kirjaston uutisvirrassa ja sosiaalisessa mediassa (Juntunen & Saarti 2014, 72-74).

Asiakaspalvelua ei välttämättä itsestään selvästi mielletä osaksi markkinointia, vaikka se todellisuudessa onkin sitä. Varsinkin voittoa tuottamattomilla organisaatioilla, kuten kirjastolla, positiivinen asiakaspalvelukokemus on hyvin tärkeää. Hyvän kokemuksen saanut asiakas palaa takaisin kirjastoon ja kokeilee myös mielellään erilaisia kirjaston tarjoamia palveluita. Hyvään asiakaspalvelukokemukseen kuuluu tietysti asiakaspalvelijan asenne, mutta myös osaaminen (Juntunen & Saarti 2014, 48-49). Jos kirjasto esimerkiksi tuo asiakkaille uuden e-kirjapalvelun, mutta henkilökunta ei osaa käyttää sitä, eikä näin ollen neuvoa asiakasta, ei siitä asiakkaalle jää välttämättä negatiivista mielikuvaa, jos asiakaspalvelijan asenne on hyvä, mutta tuo asiakas tuskin myöskään tulee enää uudestaan kysymään neuvoa kirjastosta.

Nykyään itsepalvelu on yleistymässä kirjastoissa, mutta tästäkin kokemuksesta voi tehdä positiivisen sillä, että siihen liittyvä teknologia ja laitteisto toimivat sujuvasti ja ilman virheitä (Juntunen & Saarti 2014, 49).

Kirjastot järjestävät paljon erilaisia tapahtumia, jotka voivat houkutella kirjastoon myös ihmisiä, jotka eivät siellä muuten kävisi. Tapahtumat voivat kuitenkin olla kirjastolla kaksipiippuinen asia, koska osa asiakkaista kokee kirjastotilan hiljaisuuden ja rauhallisuuden tärkeäksi. Tällöin tapahtumat voivat muodostua joillekin negatiiviseksi markkinoinniksi. Tapahtumien ilmaisuus on kuitenkin tärkeää monille, kuten vähävaraisille ja lapsiperheille. Kirjastojen kannattaakin siis panostaa tilojensa äänisuunnitteluun ja eriyttää hiljaiset tilat ja tapahtumat, mikäli vain mahdollista. Erilaisia kirjastojen järjestämiä tapahtumia ovat muun muassa kirjailijavierailut, kirjavinkkaukset, lukupiirit, satutuokiot ja musiikkitapahtumat (Juntunen & Saarti 2014, 59-66).

2.1.2 E-kirjojen markkinointi

E-kirjoja on mahdollista tuoda kirjastoissa esille monella tavalla. Osa näistä vaatii kirjaston henkilökunnalta jonkin verran tietoteknisestä osaamista ja resursseja, toiset taas onnistuvat vähemmälläkin panostuksella.

E-kirjoista kannattaa tiedottaa kirjaston verkkosivuilla. Uutuuksista voi kertoa kirjaston uutisvirrassa ja sosiaalisessa mediassa. Kirjaston tapahtumissa voi kertoa aiheeseen liittyvistä e-kirjoista, esimerkiksi kirjailijavierailun yhteydessä voi mainita mitä kirjailijan teoksia kirjastosta löytyy e-kirjoina. Kirjastotietokantaan voi laittaa maininnan e-kirjaversioiden olemassaolosta.

Tärkeää olisi myös antaa e-kirjoille fyysinen muoto kirjaston tiloissa. E-kirjoista on mahdollista pystyttää kirjanäyttelyitä melkein samoin kuin painetuista kirjoista. Itse kirjan sijaan näytillä on tulostettu kuva kirjan kannesta, mahdollinen teoksen kuvaus, sekä QR-koodi, joka älypuhelimella tai tablettitietokoneella luettuna vie suoraan sivulle, josta e-kirjan voi lainata. E-kirjoista voi laittaa tiedon myös tarrana kirjan kanteen tai hyllypaikalle, jossa kyseinen kirja painettuna versiona sijaitsee, vaikkapa hyllynreunatarrana tai kirjojen väliin sijoitettuna hyllymerkinä (Kozłowski 2013).



Kuva 1. E-kirjoja esillä Lappeenrannan yliopiston kirjaston tiloissa.

Kirjaston kannattaa käyttää e-kirjojen markkinointiin myös kaikkia normaaleja tiedotuskanaviaan, kuten ilmoitustauluja, info-ruutuja, esitteitä ja julisteita, opastuskierroksia, sekä juttuvinkkejä paikallislehtiin. Kozlowski (2013) muistuttaa myös, että vähäinenkin markkinointi on parempi kuin olematon markkinointi.

2.2 Yhtenäinen e-aineistostrategia ja toimintasuunnitelma

Yleisillä kirjastoilla on hyvin pitkälti käytössään yhteiset ohjeet e-kirjojen markkinointiin. Ohjeet on laadittu Sähköiset sisällöt yleisiin kirjastoihin -hankkeen puitteissa. Sähköiset sisällöt yleisiin kirjastoihin, eli lyhyemmin SSYK -hanke aloitti toimintansa vuonna 2011. Hankkeen tavoite on määritelty Kirjastot.fi-palvelussa seuraavasti:

Edistää yleisten kirjastojen e-aineistotarjontaa, kehittää e-aineistoihin liittyvää koulutusta ja tiedotusta, sekä luoda pohjaa yhteiselle ja valtakunnallisesti tasapuoliselle e-aineistotarjonnalle.

Yksi projektin tuloksista on valtakunnallisesti yhtenäinen e-aineistostrategia (Kirjastot.fi 2015). Tämän strategian pohjalta laadittu toimenpidesuunnitelma on käytössä e-kirjojen markkinoinnissa myös Lappeenrannassa (Mäkelä s-posti 4.2.2016) Tärkeimpiä kohtia

strategiassa ja toimenpidesuunnitelmassa ovat e-aineistokokoelman valinta, henkilökunnan osaaminen ja tiedotuksen, sekä markkinoinnin kohteet.

E-aineistojen hankintaa tulisi pohtia asiakkaiden tarpeiden pohjalta ja niiden käyttöä ja kysyntää tulisi arvioida joka vuosi. Tarjolla olevien kokoelmien hyödyllisyys kirjaston asiakkaille ja niiden korkea käyttöaste on tärkeämpää, kuin se, että tarjotaan mahdollisimman montaa erilaista aineistoa (Sähköiset sisällöt yleisiin kirjastoihin 2012b, 2-3).

Henkilökunnan kouluttaminen e-aineistoihin sujuvoittaa palveluiden omaksumista, niin kirjaston kuin asiakkaan näkökulmasta. E-aineistot ovat nopeasti kehittyviä, joten koulutuksen tulee olla jatkuva prosessi. Koulutusta pyritään järjestämään kansallisella tasolla ja kirjastoissa olisi hyvä olla määriteltynä, ketkä henkilöstöstä käyvät näissä koulutuksissa ja niiden avulla pitävät muun henkilöstön osaamistason riittävänä (Sähköiset sisällöt yleisiin kirjastoihin 2012b, 9-10).

E-aineistoista tulisi tiedottaa sekä kirjaston asiakkaille, että henkilökunnalle. Molempiin olisi myös strategian mukaan hyvä olla erilliset markkinointisuunnitelmat, koska henkilökunnan on tärkeää olla tietoisia aineistoista ja niihin liittyvistä materiaaleista hyvissä ajoin ennen asiakastiedotuksen alkamista. E-aineistoja markkinoidessa olisi hyvä käyttää yhtenäisiä ja tunnistettavia nimiä ja logoja (Sähköiset sisällöt yleisiin kirjastoihin 2012a, 13-14).

Kaikki suunnitelman linjaamat toimenpiteet eivät kuitenkaan ole yksittäisten kirjastolaitosten toteutettaviksi tarkoitettuja käytännön toimenpiteitä. Toimenpidesuunnitelmassa pohditaan myös erilaisia keinoja parantaa e-aineistopalveluita tulevaisuudessa.

Yksi tärkeimpiä, osittain toteutumassa olevia tavoitteita tällä hetkellä on yhtenäinen käyttöliittymä kaikille kirjaston palveluille. KDK:n eli kansallinen digitaalinen kirjasto-hankkeen kehittämä lukuisten organisaatioiden yhteinen käyttöliittymä Finna on juuri otettu käyttöön Varsinais-Suomen Vaski-kirjastoissa. Finna on avattu vuonna 2012 ja on ollut käytössä tätä ennen jo reilussa sadassa kirjastossa, arkistossa ja museossa, mutta Vaski-kirjastot ovat ensimmäinen Finnan käyttöön ottanut yleinen kirjasto. Yhteisen käyttöliittymän lisäksi Finna tarjoaa kaikkien Finnan jäsenien kokoelmien selauksen samasta paikasta, finna.fi-verkkosivustolta (Finna 2016; Mustajoki 2016).

Toimenpidesuunnitelmassa painotetaan myös yhteistyötä eri organisaatioiden välillä. Esimerkiksi e-aineistohankinnat ja kirjastojen henkilökunnan koulutus olisi suunnitelman

mukaan hyvä tehdä yhteistyönä aluehallintoviraston ja elinkeino- liikenne- ja ympäristökeskuksen kanssa kansallisella tasolla. Kustantajien ja kirjavälittäjien kanssa tehtävä yhteistyö lisää e-kirjojen saatavuutta kirjastoissa. Ulkomaisten kirjastojen ja kirja-alan toimijoiden kanssa voi tehdä kansainvälistä yhteistyötä kirjastojen e-aineistoihin liittyen (Sähköiset sisällöt yleisiin kirjastoihin 2012b, 12).

3 E-KIRJA

Sähköposti on postille sitä mitä e-kirja on kirjastolle (Böök 2010, 38)

E-kirja, elektroninen kirja, sähköinen kirja... Ensimmäisten e-kirjojen synnystä ollaan maailmalla montaa mieltä. Kyse on lähinnä siitä, millä lailla e-kirja määritellään ja mikä katsotaan kriteeriksi varsinaiselle e-kirjalle. Jo 40-luvulla amerikkalainen insinööri Vannevar Bush kuvaili Memex-laitteen, jonka oli tarkoitus auttaa tutkijoita tallentamaan ja hakemaan tietoa sähköisesti, mikrofilmeille tallennettuna. Laite oli kuitenkin tuolloin mahdollinen vain täysin teoriatasolla, eikä sitä ikinä toteutettu (Bush 1945).

Samankaltainen teoreettinen konsepti esitettiin vuonna 1968, kun toinen amerikkalainen, tietojenkäsittelytieteilijä Alan Kay, esitteli konseptin lähinnä lapsille suunnatusta kannettavasta lukulaitteesta, Dynabookista (Chen 2008). Kayn mukaan hänen aikalaistensa ajatus siitä, että varsinaisen opetuksen automatisointi tekisi opetuksesta tehokkaampaa, sekä saavutettavampaa pienempituloisillekin, oli lähtökohtaisesti huono ja olisi paljon parempi idea yrittää sen sijaan parantaa itse oppikirjaa (Kay 1972). Ajatus Dynabookista on jo huomattavasti lähempänä nykyajan kannettavia tietokoneita, tablettitietokoneita ja e-kirjojen lukulaitteita, siinä missä Memex ja sen jälkeen tapahtuneet askelet sähköisten kirjojen suuntaan olivat jotain, joka muistuttaa lähinnä nykypäivän verkkosivustoja tai Wikipediaa, eli hyperlinkitettyjä informaatiokokoelmia.

Sähköisessä muodossa erilaisia tekstidokumentteja on tietysti ollut olemassa jo niinkin aikaisin kuin 60-luvulta lähtien. Nämä kuitenkin ovat yleensä kuitenkin olleet teknisiä ohjeistuksia ja muita teknisten laitteiden käyttöön liittyvää dokumentaatiota. Esimerkiksi hyperteksti on kuitenkin tärkeä osa myös e-kirjat mahdollistavan teknologian historiassa, joten hypertekstin, eli ristiin viittauksen eri dokumenttien välillä keksinyt Theodor Nelson ja Project Xanadu ansainnee maininnan e-kirjankin historiassa (Nelson 1981, 444-453). Myös ehkä paremmin tietokonehiiren keksijänä muistettu Douglas Engelbart on tärkeä tekijä nykymuotoisen Internetin historiassa luomansa NLS, eli oN-Line Systemin vuoksi, joka on ollut osana Internetin edeltäjän ARPANET:n luomisessa (Sebastian 2013).

3.1 E-kirja tänään

E-kirja voi potentiaalisesti tulevaisuudessa olla melkeinpä minkä näköinen tai muotoinen tahansa, mutta helpointa e-kirja on tällä hetkellä kuitenkin edelleen mieltää joksikin, joka muistuttaa rakenteeltaan ja ulkonäöltään fyysistä kirjaa. Niinpä kunnia ensimmäisestä e-kirjasta yleensä myönnetään amerikkalaiselle kirjailijalle Michael S. Hartille, joka digitoi ensimmäisen sähköisen kirjakokoelman vuonna 1971 (Paavonheimo. 2006, 59-60). Tästä kokoelmasta syntyi Project Gutenberg, joka on toiminnassa vielä tänäkin päivänä. Kirjapainon keksineen Johannes Gutenbergin mukaan nimetyn Project Gutenbergin tarkoitus on tarjota ilmaisia e-kirjoja luettavaksi kaikille. Valikoimissa on niin kirjallisuutta, jonka tekijänoikeudet ovat rauenneet, kuin tekijöiden vapaaseen levittämiseen tarjoamaa kirjallisuutta. Project Gutenberg pyörii täysin vapaaehtoisvoimin ja käyttäjien lahjoituksilla (Grimes 2011)

Moni maa on aloittanut omat vastaavat, paikalliset e-kirja projektinsa. Meillä se on Projekt Lönnrot, jonka tarkoituksena on säilyttää Suomen kirjallista kulttuuria, digitoimalla vanhaa, tekijänoikeusvapaata suomen- ja ruotsinkielistä kirjallisuutta. (Projekt Lönnrot 2016). Lisäksi Suomi on mukana yhteispohjoismaisessa Runeberg-projektissa, joka jakaa pohjoismaisilla kielillä kirjoitettua kirjallisuutta. Käytännössä Runeberg-projekti keskittyy kuitenkin enemmän skandinaaviin kieliin, joten suomenkielisten teosten osuus projektissa on hyvin pieni (Project Runeberg 2016).

Ensimmäinen suomalainen julkisesti saatavilla ollut e-kirja on ollut Kalevala. Teos on alun perin löytynyt suljetusta FUNET (Finnish University and Research Network) –palvelusta, josta se on myöhemmin julkaistu avoimesti Kaapelisolmu-palvelussa, jota ylläpitää internetosuuskunta Katto-Meny (Kaapelisolmu 1994).

Katto-Meny (*KAnsalaisten TietoTOimisto – MEdborgarorganisationernas NYhetsbyrå*) on järjestö, joka on yhdessä Helsingin kaupunginkirjaston kanssa varhaisen, tietoverkkoihin erikoistuneen Kirjakaapelin takana. Kirjakaapeli oli suomen yleisten kirjastojen ensimmäinen suuri askel kohti Internet-aikaa ja se aloitti toimintansa vuonna 1994. Kirjakaapeli oli maailman ensimmäinen yleinen kirjasto, jolla oli oma verkkopalvelin Internetissä. Yhdysvalloissa, Indianan osavaltiossa sijaitseva South Bendin kaupunginkirjasto avasi oman verkkopalvelimensa vain joitakin viikkoja myöhemmin (Kaapelisolmu 1994). Kirjakaapeli ehti toimia reilun 10 vuoden aikana Helsingissä Kaapelitehtaalla, Lasipalat-

sisä, sekä Iso Roobertinkadulla. Vuonna 2005 Kirjakaapeli yhdistyi Pasilan musiikki-
 aseman kanssa nykyiseksi musiikkiin ja tietotekniikkaan erikoistuneeksi Kirjasto 10:ksi
 (HelMet 2015; Kaapelisolmu 2016).

3.1.1 Lukulaitteet ja ohjelmistot

E-kirjan lukulaite on kannettava laite, jonka ruudulta tekstiä luetaan. Ekholmin ja Revon
 (2010, 109-110) mukaan lukulaitteen tärkeimmät ominaisuudet lukijalle ovat dynaami-
 suus ja helppous. Lukulaitteen käyttö ja e-kirjojen hankkiminen ei saa olla lukijalle han-
 kalaa, koska muuten e-kirja jää hankkimatta ja lukematta. E-kirjojen etuja painettuihin
 kirjoihin verrattuna on muun muassa se, että kohtuullisen pieneen laitteeseen mahtuu
 paljon kirjoja, eikä e-kirjojen tuotantoon liity materiaalin liikuttelua tai varastointia. E-kirjan
 tieto ei myöskään ole painetun tiedon tapaan staattista, vaan niitä voidaan päivittää tar-
 peen mukaan. Tämän voi tosin myös laskea e-kirjalle haittapuoleksi, koska sisällöntuot-
 tajan ei välttämättä tarvitse saada lukijan suostumusta automaattisiin päivityksiin (Smo-
 lander & Harmaakorpi 2014, 166).

Nykyään e-kirjojen lukijoilla on valinnanvaraa lukulaitteidensa suhteen. E-kirjoille on ole-
 massa erillisiä lukulaitteita, mutta niitä voi lukea myös tablettitietokoneelta, älypuheli-
 mesta ja pöytäkoneelta. Lukemiseen löytyy myös laaja valikoima erilaisia sovelluksia,
 jotka mahdollistavat lukijalle erilaisia lukumukavuutta lisääviä toimintoja, kuten esimer-
 kiksi tekstin koon ja värin muokkaamisen, sekä helpomman kirjanmerkkien hallinnoinnin.

Ensimmäiset markkinoille tulleet e-lukulaitteet olivat NuvoMedian Rocket ja Softbook
 Pressin Softbook vuonna 1998. Kumpikin laite oli toteutettu toisistaan eroavasti. Rocket
 oli suunnattu pelkästään tekstin lukemiseen. Softbook pystyi toistamaan myös kuvia,
 joka teki siitä paremman alustan esimerkiksi e-lehtien lukemiselle, mutta myös huomattavasti
 kalliimman (Strom 1999, 76). Varsinaisesti e-kirja kuitenkin löi läpi vasta 2000-
 luvun puolivälin jälkeen, kun Sony julkaisi Reader -laitteensa vuonna 2006 ja Amazon
 Kindlen vuonna 2007 (Maxwell 2013, 34).

E-kirjan lukulaitteet käyttävät usein E Ink näyttöjä. E Ink on paperia jäljittelevä näyttö,
 jossa ei ole taustavaloa. Toisin kuin taustavalaistut näytöt, kuten LCD (*Liquid Crystal
 Display*) ja LED (*Light-emitting diode*) -näytöt, E Ink -näyttö tarvitsee ulkoista valoa, jotta
 sitä voi lukea (E Ink Holdings 2016). Aivan kuten perinteistä kirjaa, sitäkään ei siis voi
 lukea yöllä ilman lukulamppua.

Tällaisista lukulaitteista tulee monelle varmasti ensimmäisenä mieleen jo mainittu Amazonin Kindle. Kanadalainen Kobo on toinen suhteellisen suosittu lukulaite. Kirjakauppa-
ketju Barnes & Noble on aiemmin valmistanut omaa Nook-lukulaitettaan, mutta lopetta-
nut laitteen kehittämisen vuonna 2013 (Lantto 2014, 26) Myös Sonylla on Reader –nimi-
nen laite, jonka kehittämisen Sony ilmoitti lopettavansa vuonna 2014. Samalla Sony sulki
oman Reader-kauppansa ja siirsi asiakkaansa Kobolle (Sony 2014).

Syy laitteiden kehittämisen lopettamiseen on se, että E Ink -teknologiaan perustuvista
laitteista ei tullut niin suosittuja kuin odotettiin. Vaikka ne soveltuvatkin lukemiseen pa-
remmin kuin koti-tietokone, niin monikaan ei haluaisi ostaa erillistä laitetta pelkästään
yhteen tehtävään, eli kirjojen lukemiseen, varsinkin jos kotoa löytyy jo tablettitietokone
(Lantto 2014, 25). Ne voivat myös näyttää hyvin vanhanaikaisilta ja liian yksinkertaisilta,
kun niitä vertaa tablettitietokoneiden kykyyn toistaa värejä ja liikkuvaa kuvaa. E Ink lait-
teet soveltuvat silti hyvin vielä monelle lukijalle koska taustavalottomuus on monelle tär-
keää silmien rasittumisen takia. E Ink laitteiden näytöt eivät myöskään kärsi kirkkaasta
auringonpaisteesta, kuten taustavalaistut näytöt (E Ink Holdings 2016)

Aikaisemmin moni e-kirjojen myyjä myös piti valikoimansa tiukasti omiin laitteisiinsa si-
dottuina, tarkoituksena sekä myydä omaa lukulaitettaan, että estää piratismia. Lukulait-
teiden myynnin laskiessa valmistajat joutuivat kuitenkin kehittelemään uusia tapoja pitää
asiakkaansa omien tuotteidensa käyttäjinä. Koska asiakkaat mieluummin käyttävät
omaa henkilökohtaista älypuhelintaan tai tablettitietokonettaan, tuli materiaalin soveltu-
vuudesta mahdollisimman monelle eri alustalle tärkeää. Piratismia vastaan käydäänkin
nykyisin yhteisin keinoin. Adobe'n tarjoama ilmainen Digital Editions-ohjelma on yleensä
ainoa asia, jonka asiakas tarvitsee eri kauppojen kopiosuojauksia varten (Lantto 2014,
25-26).

3.1.2 Tiedostomuodot

Nykyään e-kirjojen käyttäminen on suhteellisen helppoa. Asiakas lataa vain tietokoneel-
lensa, tablettitietokoneelleen tai älypuhelimelleen jonkin monista lukuohjelmista ja alkaa
lukea hankkimaansa e-kirjaa. Näin ei kuitenkaan aina ollut. Yksi e-kirjojen suurista on-
gelmistä olivat monet erilaiset tiedostoformaatit, jotka vaikeuttivat kirjojen hankkimista ja
täten myös e-kirjojen yleistymistä. (Maxwell 2013, 36-37).

Monista e-kirjan tiedostomuodoista EPUB on vakiintunut yleisimmäksi. EPUB on International Digital Publishing Forum (IDPF) kehittämä avoin tiedostomuoto. EPUB:n soveltuvuus monille erilaisille alustoille johtuu siitä, että se on käytännössä yksinkertaisimmillaan vain verkkosivustojen käyttämien HTML- ja CSS -tiedostomuotojen pakattu versio. HTML, eli Hypertext Markup Language tarkoittaa kuvauskieltä, jonka avulla kerrotaan verkkosivulle millainen sen rakenne on ja mitä sen kuuluu sisältää. CSS, eli Cascading Style Sheet taas kertoo miltä sisällön kuuluu näyttää (World Wide Web Consortium 2016). Pakkaaminen puolestaan tiivistää nämä tiedostot yhdeksi tiedostoksi, jonka tarkoitus on säästää tilaa käyttäjän laitteella ja nopeuttaa tiedostojen siirtämistä palvelusta käyttäjän laitteeseen (Microsoft 2016). Kyseiset tiedostomuodot mahdollistavat e-kirjatiedoston ulkonäön muokkaamisen melkein minkä näköiseksi tahansa ja oikeastaan mikä tahansa Internetiä käyttävä laite pystyy lukemaan näitä tiedostomuotoja, kunhan se myös pystyy purkamaan pakatun tiedoston.

EPUB-tiedoston muokkaaminen on kuitenkin aikaa vievä prosessi, joten toinen suosittu e-kirjojen tiedostomuoto on monelle tietokoneen käyttäjälle jo tuttu PDF (Portable Document Format) -tiedosto. PDF-muodossa tiedosto on helpompaa siirtää koneelta toiselle juuri sen näköisenä kuin sen kuuluukin olla, koska tiedoston mukana siirtyvät myös esimerkiksi kaikki tarpeelliset fontit ja muotoilut ilman, että vastaanottajan tarvitsee niitä asentaa koneelleen. Vastaanottaja ei kuitenkaan voi muokata PDF-tiedoston ulkoasua, joten EPUB on parempi valinta niille, jotka haluavat esimerkiksi vaihtaa e-kirjansa värejä vähemmän silmiä rasittaviksi, tai oman laitteensa näytölle paremmin soveltuvaksi. PDF-tiedosto vie myös kaiken sisältämänsä tiedon, kuten fonttien takia enemmän tilaa tietokoneella tai älypuhelimelle, kuin EPUB-tiedosto. Toisaalta PDF-tiedosto voi olla parempi valinta, jos dokumentin ulkoasun pysyvyys on tärkeää (Google 2016).

Amazon on myös edelleen pitänyt omissa e-kirjoissaan oman tiedostomuotonsa. Aikaisemmissa e-kirjalaitteissa se oli Mobi, nykyisissä Kindle Fire -laitteissa taas KF8 (Kindle Format 8). Aivan kuten EPUB, myös Kindlen tiedostomuodot ovat pakattuja HTML- ja CSS-tiedostoja ja näin ollen lukumukavuutta silmällä pitäen hyvin muokattavissa. Laitteet ja Amazonin e-kirjakaupan valikoima eivät kuitenkaan enää ole täysin sidottuja Amazonin omiin tiedostomuotoihin, vaan kirjan julkaisijan on mahdollista tarjota kirjojaan myös muissa formaateissa ja Amazonin omia tiedostoja on mahdollista lukea muillakin e-kirjan lukualustoilla (Amazon 2016).

3.2 E-kirjat kirjastoissa

Kirjastoista puhutaan nykyään useasti pelkkinä romaanilainaamoina, joiden tarkoitus katoaa Internetin hakupalveluiden ja e-aineistojen tulon myötä. Kirjastojen perustehtävä ulottuu kuitenkin pelkän kirjojen lainaamisen ulkopuolelle. Kirjastolaki (Kirjastolaki 4.12.1998/904) määrittelee yleisten kirjastojen tavoitteet seuraavasti:

Edistää väestön yhtäläisiä mahdollisuuksia sivistykseen, kirjallisuuden ja taiteen harrastukseen, jatkuvaan tietojen, taitojen ja kansalaisvalmiuksien kehittämiseen, kansainvälistymiseen sekä elinikäiseen oppimiseen.

Kirjastoilla on tekijänoikeuslain suoma oikeus lainata painettua kirjallisuutta. Sama ei kuitenkaan päde e-kirjoihin, joten kustantajien ei ole pakko suostua antamaan e-kirjojaan kirjastojen valikoimiin (Laine 2012b).

E-kirjat kirjastomaailmassa ovat vielä murrosvaiheessa. Yhdysvaltojen kustannusmaailmassa toimii niin kutsuttu Big Five, viisi maan suurinta kustantamoa, joita ovat Hachette, HarperCollins, Macmillan, Penguin Random House ja Simon & Schuster (Ciabattari 2013). Näistä viidestä suurimmasta kustantamosta, Penguin, Simon & Schuster ja Macmillan ovat kieltäytyneet täysin jakamasta kirjojaan e-kirjojaan kirjastoihin. Muutkin kustantamot ovat asettaneet kustantamiensa e-kirjojen lainaamiselle tiukkoja rajoituksia, joko lainausmäärien tai aineiston hinnan suhteen (Laine 2012a; Maxwell 2013, 38).

Suomessa kustantajilla onneksi kuitenkin tuntuisi olevan hyvin erilainen asenne kirjastoihin ja niitä ei osata nähdä Yhdysvaltojen tapaan uhkana kustannusalalle. Vaikka tämä ei välttämättä suoraan vielä ole kääntynyt kustantajien halukkuudeksi saada e-kirjojaan kattavasti kirjastojen valikoimiin, varsinkaan kaunokirjallisuutta, eivät suomalaiset kustantajat kuitenkaan ole asettaneet kirjastoille samanlaisia pakotteita kuin monessa muussa maassa (Ristikartano & Virrankoski 2011; Mount 2014). Kustantamoiden asenteista Suomessa kertoo myös se, että useat suuret kustantajat lähtivät vuonna 2012 mukaan eReading hankkeeseen, jonka tavoitteena oli saada lisää e-kirjoja Suomen yleisiin kirjastoihin.

Aivan ongelmattomasti e-aineistojen tulo Suomenkaan kirjastoihin ei silti ole ollut. Esimerkiksi e-lehtien nousevat hinnat on huomattu varsinkin akateemisissa kirjastoissa. Myös kurssikirjoille lainausmääriin perustuva hinnoittelu on niiden suurista lainauspiikeistä johtuen koettu toimimattomaksi (Ristikartano & Virrankoski 2011, 53-55). E-kirjojen kysyntä kasvaa koko ajan, mutta tarjontaa ei kasva mukana tarpeeksi nopeasti.

3.2.1 E-kirjastojen ensimmäinen vuosikymmen

E-kirjoja eri muodoissa on alkanut ilmestyä Suomessa kirjastoihin jo 2000-luvun alkupuolella. Ensimmäinen e-kirjoja välittävä kirjakauppa Suomessa on ollut Ellibs, joka välittää e-kirjoja kirjastoihin vielä nykyäänkin. Ensimmäiset lisenssisopimukset kirjastojen kanssa on solmittu vuonna 2003 (Opetusministeriö 2005, 30).

Vuonna 2003 julkaistiin Opetusministeriön kirjastostrategia 2010. Jo tuolloin yhtenä tavoitteena mainittiin niin sanottu hybridikirjasto, jossa perinteinen kirjastotilassa tapahtuva palvelu yhdistyy uusiin verkkopalvelumuotoihin. Tavoitteena hybridikirjastossa on myös tarjota asiakkaalle neuvoja ja opastusta digimaailmassa navigoimiseen ja palveluiden käyttämiseen (Opetusministeriö 2003, 12-13). Tänä päivänä kyseistä termiä ei välttämättä enää juurikaan kuule, mutta sen pohjimmainen idea on silti toteutunut nykykirjastoissa, kutsuttiin ilmiötä sitten millä nimellä tahansa.

Jo vuonna 2007 noin puolet kirjastoista ilmoittanut tarjoavansa e-kirjoja. Näistä suurin osa oli kuitenkin yliopistojen ja ammattikorkeakoulujen kirjastoja, joten yleisiin kirjastoihin e-kirja ei ollut rantautunut tuolloin vielä kovin laajalti (Korkeila 2008, 1).

Kiinnostus e-kirjoja kohtaan on kuitenkin lisääntynyt vuosien mittaan. Yhdysvalloissa, Britanniassa ja Australiassa tehdyn tutkimuksen mukaan taitekohta e-kirjojen vakiintumiselle kirjastojen valikoimiin oli vuosi 2010 (Laiho 2015, 4). Tälle samalle vuodelle voidaan Suomessa sijoittaa e-kirjojen vakiintuminen kuluttajien käsiin, mutta kirjaston asiakkaille ne eivät vielä aivan niin arkipäiväisiä olleet (Ristikartano & Virrankoski 2011, 43-58). Aluehallintoviraston selvityksen mukaan vuonna 2011 80% yleisistä kirjastoista ei vielä tarjonnut minkäänlaisia e-kirjapalveluita asiakkailleen. E-aineistojen käyttö oli myös useimmiten rajoitettu kirjaston tiloihin (Aluehallintovirasto 2012, 41).

E-kirjalle varsinainen taitekohta Suomen kirjastoissa on ollut vuosi 2014. Tuolloin suurista suomalaisista kustantajista Otava, Tammi ja WSOY toivat e-kirjojaan kirjastojen saataville. Tätä ennen kaunokirjallisuutta e-kirjana oli ollut lähinnä saatavissa pääkaupunkiseudun HelMet-kirjastoissa, jotka ovat olleet mukana erilaisissa e-kirjapalveluita pilotoivissa hankkeissa (Vänskä 2014).

Next Median eReading-hanke

Vuosina 2012 ja 2013 aikana toteutettiin eReading-hanke, jonka tavoitteena oli saada lisää e-kirjoja yleisiin kirjastoihin. Hanke tutki muun muassa erilaisia e-kirjojen lisensointimalleja ja kokeili Ebib-nimellä kulkevaa uutta lainausjärjestelmää e-kirjoille. Hanke toteutettiin mediainnovaatioihin tähtäävän Next Media -projektin alaisena ja rahoituksen se sai TEKES:ltä. Hankkeessa oli mukana kotimaisista kustantajista Edita Otava, Tammi ja WSOY ja kustantajien etuliikkeistä Suomen kustannusyhdistys ja Viestinnän keskusliitto. Muita mukana olleita organisaatioita olivat Helsingin kaupunginkirjasto, Kansalliskirjasto, Ellibs, Kirjavälitys, teknologian tutkimuskeskus VTT, sekä pääkaupunkiseudun korkeakouluista Aalto, Laurea ja Metropolia. Myös lehtiala oli mukana projektin eri vaiheissa (Next Media 2013a, 1-3; 2016).

Ebibin asiakaskäyttöliittymää kehitettiin projektin aikana asiakaspalautteen perusteella, tarkoituksena luoda asiakasliittymä, joka tekee e-kirjojen selaamisesta ja lainaamisesta asiakkaalle helpompaa. Projekti loppui 2013 vuoden lopussa, jolloin Ebibin loppuun hiottu asiakaskäyttöliittymä otettiin käyttöön Ellibsissä (Next Media 2013b, 2-3).

FinELib

FinELib on kotimainen kirjastojen konsortio, joka neuvottelee ja hankkii e-aineistoja kaikille julkisrahoitteisille kirjastolaitoksille Suomessa. Keskitetyllä hankinnalla pystytään neuvottelemaan edullisemmat sopimukset, joita yksittäiset kirjastot eivät pystyisi itse hankkimaan (FinELib 2016). Tämä mahdollistaa sen, että pienemmätkin kirjastot pystyvät tarjoamaan asiakkailleen kattavasti e-aineistoja.

FinELibin kautta hankittavia aineistoja ovat muun muassa Ellibs, sekä akateemisten kirjastojen käytetyin e-kirjatietokanta Ebrary. Ellibs sisältää lähinnä suomenkielistä kirjallisuutta ja se on kaikista e-kirjapalveluista ylivoimaisesti tilatuin yleisissä kirjastoissa. Eri e-aineistopalveluita on viimeksi tilastoitu kansallisessa tasolla vuonna 2011, jolloin aluehallintovirasto teki selvityksen kuntien peruspalveluiden tilanteesta. Tällöin Ellibsiä käyttäviä yleisiä kirjastoja oli 72 kappaletta (Aluehallintovirasto 2012, 132). Ellibsiä käyttäviä organisaatioita on KL-kuntahankinnat Oy:n (2016) sopimusten perusteella tätä opinnäytetyötä keväällä 2016 kirjoittaessa noin 220, mutta näitä organisaatioita ei ole eritelty,

joten yleisten kirjastojen osuus organisaatioista jää epäselväksi. Suurin osa Suomen yleisistä kirjastoista on kuitenkin jo Ellibsin tilaajia (Ellibs 2016b).

Muut e-aineistot

Muita suomen kirjastoissa käytettyjä e-kirjapalveluita ovat lähinnä englanninkielistä kirjallisuutta sisältävä OverDrive ja ruotsinkielinen Elib. OverDrive löytyy tällä hetkellä Helsingin HelMet ja Varsinais-Suomen Vaski-kirjastoista. Elib on käytössä Länsi-Suomen Fredrika-kirjastoissa kirjastoista (Lehtola 2013, 10). Muita yleisiä e-aineistoja kirjastoissa ovat muun muassa Naxos Music Library, josta voi kuunnella klassista, jazzia ja kansanmusiikkia (eKirjasto 2016b), ePress ja PressDisplay, joista voi lukea sekä kotimaisia, että ulkomaisia sanoma- ja aikakauslehtiä, sekä Zinio, joka tarjoaa erilaisia erikois- ja harraslehtiä (eKirjasto 2016a).

3.2.2 Haasteet

Suomessa e-kirjan yleistymiselle on yhtenä esteenä e-kirjojen korkea hinta. E-kirjasta joutuu yleensä maksamaan melkein yhtä paljon kuin fyysisestä kirjasta. Osasyynä tähän on e-kirjojen korkea arvonlisävero, joka Suomessa on 24 prosenttia. Fyysisten kirjojen arvonlisävero on vain 10 prosenttia. Perustelu veroprosentille on, että e-kirjojen katsotaan olevan kirjallisuuden sijaan verkossa levitettävä palvelu, jolloin sen verotuksen tulee olla samassa tasossa muiden palveluiden kanssa. Suomessa olisi mahdollista alentaa e-kirjojen verotaso jonkin verran, mutta Euroopan unionin säädökset estävät veroprosentin laskemisen alle 17 prosentin. Kuitenkin jo veron lasku alle 20 prosenttiin voisi vauhdittaa e-kirjamarkkinoita ja vaikuttaa e-kirjojen yleistymiseen huomattavasti (Salo 2013; Harju 2015).

Toimiva e-kirjapalvelu on hyvin erilainen asiakkaiden ja kirjastojen näkökulmasta. Asiakkaat haluavat kirjaston e-kirjastolta:

- Kaikki palvelut yhdellä kirjautumisella
- Yhtenäinen käyttöliittymä kaikissa palveluissa
- Asiakas-, lainaus- ja varaustietojen hallinnointi yhdessä paikassa
- Laadukkaat kuvailutiedot ja hyvät hakuominaisuudet
- Mahdollisuus käyttää lainattua materiaalia ilman verkkoyhteyttä

- Hankintaehdotukset (Sähköiset sisällöt yleisiin kirjastoihin 2012b, 5-7)

Tällä hetkellä e-kirjapalvelut ovat kirjastojärjestelmästä erillisiä. Kirjautumaan pääsee oman kirjastonsa kirjastokortin numerolla ja salasanalla, mutta e-kirjalainat eivät tule näkyviin kirjastojärjestelmän asiakaskäyttöliittymään muiden lainojen rinnalle. Kirjastojen on mahdollista linkittää e-kirjan tietue Ellibistä kirjastojärjestelmäänsä, vastaavan fyysisen kirjan tietueeseen hyperlinkkinä, mutta tämä täytyisi kirjastojen tehdä käsin (Ellibs 2016a). Helsingin HelMet-kirjastoissa oli suunnitteilla eReading-hankkeen yhteydessä integroida OverDrive e-kirjapalvelu HelMet-kirjastojen käyttämään Millennium-kirjastojärjestelmään, mutta tämä jäi toteutumatta (Next Media 2013a, 19).

Toimiva e-kirjapalvelu kirjaston näkökulmasta pitää sisällään esimerkiksi:

- Pysyvän aineiston, joka ei katoa sopimusten muuttuessa tai päättyessä
- Erilaisia lisensointimahdollisuuksia aineistosta riippuen ja hintojen laskemisen aineiston vanhetessa
- Päätökset aineistojen laina-ajosta kirjastolle
- Avoimet rajapinnat ja mahdollisuus integroida hallinnointi kirjastojärjestelmään
- Mahdollisuus poistaa aineistoja
- Järjestelmien ongelmaton ylläpito ja ajantasainen koulutus (Sähköiset sisällöt yleisiin kirjastoihin 2012b, 5-7)

Alun perin kirjastot toivoivat yhtä yhtenäistä mallia e-kirjojen lisensointiin. Tämä kuitenkin todettiin nopeasti mahdottomaksi erilaisten aineistojen takia. Kirjoja on mahdollista käytännössä lisensoida kirjastoille joko vuosimaksuun tai käyttökertoihin perustuvilla malleilla. Vuosimaksu on kirjastoille suuri summa maksaa kerralla, mutta esimerkiksi kursikirjoista voi lainapohjaisessa lisensointimallissa kasaantua kirjastolle nopeasti odottamaton lasku, koska niiden lainaus on kausiluontoista (Ristikartano & Virrankoski 2011, 53-55).

Aineistojen tilaaminen FinELib-konsortion kautta on ollut yleisille kirjastoille ajoittain ongelmallista. FinELib ei Ellibsin lisäksi tarjoa juurikaan yleisille kirjastoille sopivia materiaaleja. FinELibin lisensointiperiaatteiden vuoksi niitä ei myöskään pystytä toiveista huolimatta hankkimaan. Ratkaisuksi tähän on mietitty keskitettyä hankintaa yleisten kirjastojen konsortion kautta. Yleisten kirjastojen konsortiota koordinoi Helsingin kaupungin kirjasto ja siihen voivat liittyä kaikki yleiset kirjastot. Konsortio toimii yhteistyössä KL-

Kuntahankintojen kanssa ja mahdollistaa FinELibin tapaan kirjastoille edullisemmat sopimukset e-aineistojen hankintaan (Sähköiset sisällöt yleisiin kirjastoihin 2012a, 9-10; Kirjastot.fi 2016).

3.2.3 Tulevaisuus?

Kirjastoalan kehitys on perinteisesti tullut akateemisten kirjastojen kautta. Akateemiset kirjastot omaksuivat e-aineistot jo vuosia ennen julkisia kirjastoja ja siitä mitä akateemiset kirjastot tekevät nyt, voi tunnustella yleisten kirjastojen uusia tuulia (Ristikartano & Virrankoski 2011, 49-52). Aivan täysin akateemisten kirjastojen ratkaisut eivät kuitenkaan yleisiin kirjastoihin aina sovi. Esimerkiksi Tanskassa Kööpenhaminalainen yliopistokirjasto muuttui kokonaan kirjattomaksi tilaksi, jossa lähdettiin viihtyisyydestä ja opiskelijoiden tarpeista erilaisiin opiskelutiloihin. Tällaista kehitystä on vielä hankala kuvitella yleisissä kirjastoissa. Sen sijaan Kööpenhaminan yleisten kirjastojen päätös poistaa kolmasosa fyysisistä kokoelmistaan, panostaa e-kirjakokoelmaan ja ajatella tilojensa käyttöä uudelta kantilta vaikuttaisi jo paljon todennäköisemmältä suunnalta tulevaisuuden yleisille kirjastoille Suomessakin. Tanskassa tällainen on tosin vielä toistaiseksi myöskin helpompaa toteuttaa, koska tanskalaisten eReolen e-kirjapalvelu pitää sisällään huomattavasti laajemmin aineistoa kuin suomalainen Ellibs (Kirjastolehti 2/2016).

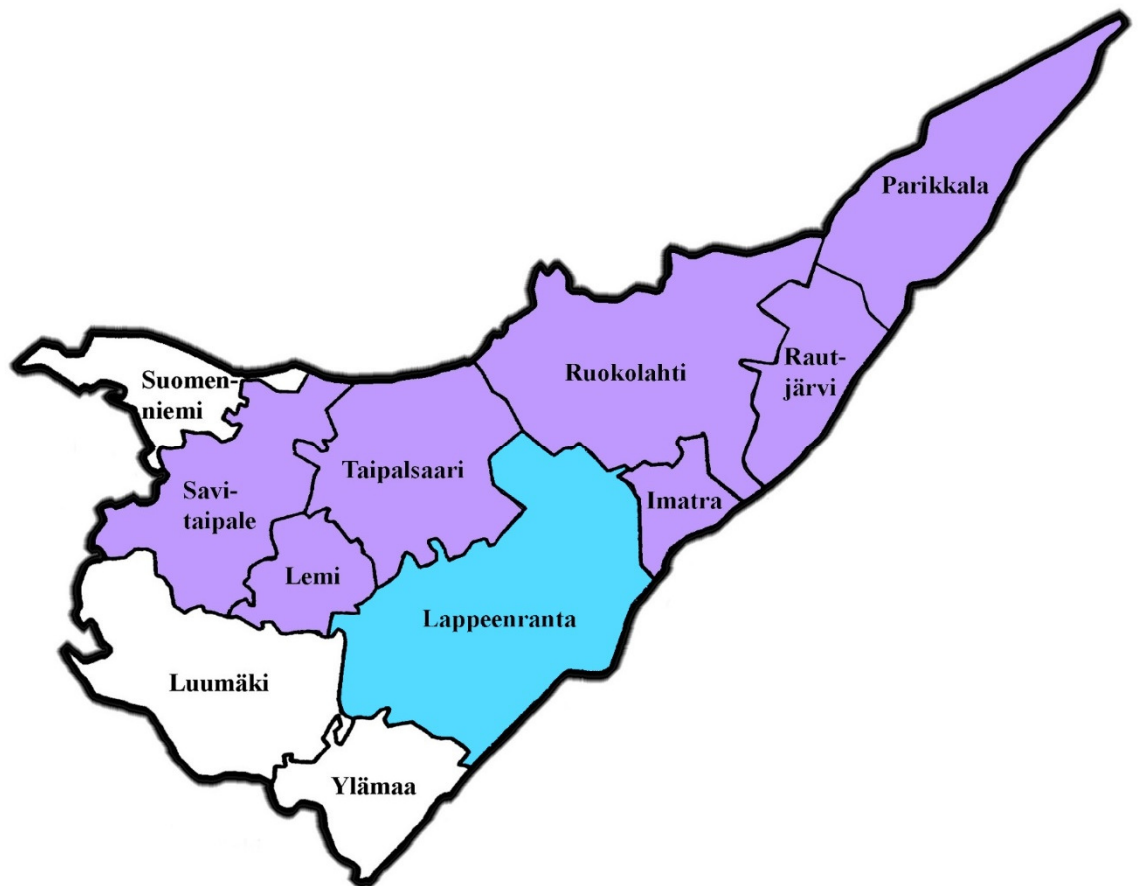
Moni kirjan tulevaisuutta pohtinut kirjoittaja on ollut sitä mieltä, ettei e-kirja tule korvamaan painettua kirjaa. Vuonna 2009 Nummela (2009, 48) ennakoi e-kirjojen ja aineistojen roolin vakiintumista esimerkiksi hakuteoksina. Tämä oli juuri vuotta ennen kuin kotimaiset kirjakaupat julkaisivat omat e-kirjapalvelunsa ja e-kirja löi läpi Suomessa. Mutta lähempänä tätä päivääkin muun muassa Inkinen ja Löytönen (2014, 14-15) ovat sitä mieltä, että painetun kirjan rooli maailmassa tulee olemaan pysyvä. Käsitys perustuu siihen, että painettu aineisto vielä toistaiseksi on kestävämpää ja pysyvämpää kuin sähköinen. Tiedostomuodot ovat muuttuneet vuosien varrella ja tulevat vielä muuttumaan, jolloin on aiheellista olla huolissaan siitä, pystyykö tänään tehtyjä e-kirjoja enää lukemaan esimerkiksi 20 vuoden päästä. Esimerkiksi Smolander ja Harmaakorpi (2014, 171-172) teorioivat kuitenkin, että painettu kirja saattaa tulla säilymään lähinnä kalliina ylellisyystuotteena.

3.3 E-kirjat Lappeenrannassa

E-kirjat ovat ensimmäisen kerran tulleet Lappeenrannan kaupunginkirjaston valikoimiin jo vuoden 2005 tienoilla. Valikoima oli tuolloin kuitenkin hyvin pieni, eikä se herättänyt asiakkaita kiinnostusta, lainausmäärien jäädessä vain muutamiksi kymmeniksi lainoiksi vuodessa (Mäkelä s-posti 17.2.2016).

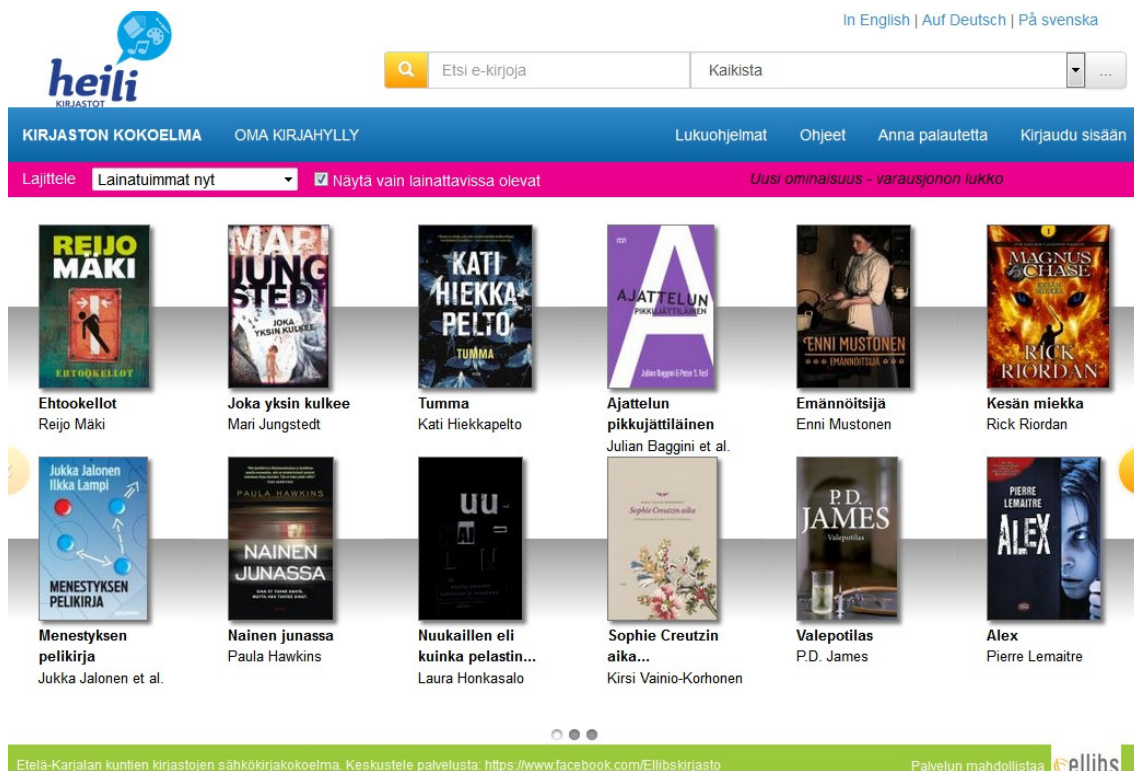
Vuonna 2011 aloitettiin e-kirjojen lukulaitteiden lainaus. Näitä lukulaitteita kirjastolla oli kaksi ja niille oli ladattu ennakoon muutamia tekijänoikeusvapaita klassikkoteoksia. Asiakas pystyi myös lataamaan kirjoja laitteille internetistä (Etelä-Saimaa 2011). Lukulaitteita ei kuitenkaan lainattu kovinkaan paljon ja ne jäivät käytännössä henkilökunnalle e-kirjojen esittelytarkoituksiin. Tänä päivänä lukulaitteita ei enää kirjastossa ole, vaan tablettitietokoneet ovat korvanneet ne kokonaan (Mäkelä s-posti 16.2.2016).

Vuonna 2013 Lappeenrannan kirjasto liittyi yhteiseen Heili-kirjastokimppaan Imatran, Lemmin, Parikkalan, Rautjärven, Ruokolahden, Savitaipaleen ja Taipalsaaren kirjastojen kanssa (Lappeenrannan kaupunginkirjasto 2016). E-kirjojen hankintakustannukset on jaettu asukaslukuun perustuen kaikkien kimpan kuntien kesken. Suurimmat osuudet e-kirjabudjettiin tulevat siis Lappeenrannalta, jossa asuu noin 73000 henkeä ja Imatralla, jossa asuu noin 28000 henkeä (Etelä-Karjalan liitto 2016, Mäkelä s-posti 30.5.2016).



Kuva 2. Etelä-Karjalan Heili-kirjastokimppan kunnat kartalla. Kimppan jäsenkunnat on merkitty violetilla, Lappeenranta sinisellä.

E-kirjojen lainauksen Lappeenrannassa voidaan katsoa lähteneen nousuun vasta kau-nokirjallisuuden tultua Ellibsin e-kirjavalikoimiin vuonna 2014 (Etelä-Saimaa 2014). Sitä ennen e-kirjojen lainausmäärät Lappeenrannassa ja Heili-kirjastoissa ovat olleet suhteel-lisen pieniä, vain muutamia satoja lainoja vuodessa. Lainausmäärät kuitenkin moninker-taistuivat vuonna 2015, jolloin e-kirjoja lainattiin 4570 kertaa (Haapala 2016). Vuodesta 2016 lupaa tulla alkuvuoden perusteella vielä vilkkaampi. Lainoja on toukokuun loppuun mennessä kertynyt jo reilut 2700 kappaletta (Mäkelä s-posti 31.5.2016).



Kuva 3. Heili-kirjastojen Ellibs-näkymä, suodatettuna lainatuimpiin teoksiin toukokuun 2016 puolivälissä.

E-kirjapalveluista Heili-kimppa tilaa vain Ellibsiä. Varsinaiselle kokoelmapolitiikalle e-kirjojen suhteen ei vielä ole ollut vielä tarvetta, koska valikoimat ovat suhteellisen rajalliset. Kaikki tarjolla oleva materiaali tilataan. Näistä suosituimpia, kuten uutuuksia tilataan useampi kappale ja teoksia, jotka eivät liiku ei uusita ollenkaan. E-kirjakokoelman koko toukokuussa 2016 on noin 1250 nidettä. Kokoelmapolitiikka rajoittuukin vielä tällä hetkellä lähinnä siihen, minkälaisia e-aineistoja kirjastoon tilataan, ei niinkään yksittäisiin teoksiin (Mäkelä s-posti 30.5.2016).

4 E-KIRJOJEN LAINAAMINEN HEILI-KIMPASSA JA KYSELYTUTKIMUS

Tutkimusmetodina päätettiin käyttää tilastollista vertailua, sekä kvantitatiivista, eli määrällistä tutkimusta. Määrällinen tutkimus mahdollistaa mahdollisimman laajan otoksen ja vertailukelpoiset tulokset. Tutkimuksessa valittiin käyttää survey-tutkimusstrategiaa, jossa kerätään strukturoitua tietoa asiakkailta (Hirsjärvi ym. 2009, 134-140). Tutkimus toteutettiin asiakaskyselyn muodossa keväällä 2016. Kyselylomake pitää sisällään markkinointiin liittyviä kysymyksiä, sekä kontrollikysymyksiä, joiden avulla vastauksia voidaan vertailla e-kirjojen lainaustilastoihin.

Asiakaskysely suunniteltiin alun perin pidettäväksi auki aikavälillä 1. – 18.3.2016. Kyselyn aukioloaikaa kuitenkin pidennettiin viikolla, 25.3.2016 asti, aikarajaan mennessä tulleiden vastausten vähäisen määrän takia.

Kyselylomake (Liite 1) on luotu Webropol 2.0. ohjelmistolla. Internet-lomaketta on mainostettu maaliskuun alussa kirjaston verkkosivuilla ja Facebook-sivulla. Kyselyä on myös mainostettu Facebookissa vielä toisen kerran kyselyn viimeisellä aukioloviikolla. Lomake on myös ollut koko kyselyn aukioloajan tarjolla paperisena versiona Lappeenrannan pääkirjaston eteisaulassa.

Asiakaskyselyn tavoiteltu vastausten määrä oli noin viisikymmentä vastausta. Vastauksia tuli Internetin kautta kolmekymmentäseitsemän kappaletta. Lappeenrannan pääkirjastossa paperille täytettyjä kyselyitä oli viisitoista kappaletta. Yhteensä vastauksia tuli viisikymmentäkaksi kappaletta, joka on tavoitteen mukainen määrä.

Tutkimuksen pituus päätettiin pitää hyvin lyhyenä, jotta siihen olisi mahdollisimman helppo ja nopea vastata. Vaivattoman vastaamisen toivottiin maksimoivan vastausten määrän myös sellaisten asiakkaiden taholta, jotka eivät e-kirjoja lue. Vaikka vastauksia tuli juuri ja juuri odotusten mukainen määrä, olisi niitä voinut tavoitella enemmänkin, jos vastaajien kesken olisi arvottu jonkinlainen palkinto.

4.1 Vaikuttavuuden mittaaminen kirjastoissa

Yleisille kirjastoille on laadittu opetus- ja kulttuuriministeriön toimesta yleisten kirjastojen laatusuositus, jonka mukaan jatkuva itsensä arviointi kuuluu hyvin toimivan organisaation tehtäviin. Yleisten kirjastojen laatusuositus on viimeksi päivitetty vuonna 2010. Kirjastot käyttävät itsearviointiin kansainvälisten ISO-standardien mukaisia laatukriteereitä ja mittausvälineitä (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2010). ISO-standardit laatii kansainvälinen International Organization for Standardizations, josta standardin lyhenne ISO tulee. Suomessa standardit laatii SFS, eli Suomen standardisoimisliitto, joka on ISO:n jäsenliitto.

Alkuvuodesta 2016 julkaistiin suomenkielinen versio uudesta kirjaston vaikuttavuuden mittaukseen käytettävästä ISO-standardista SFS-ISO-16439 (Laitinen 2015). Standardi määrittelee kirjastojen vaikuttavuuden arvioinnissa käytettävät termit ja metodit, sekä määrittelee miten kirjastot voivat vertailla vaikuttavuuttaan. Standardin tarkoitus on olla käytettävissä mahdollisimman laajalti erityyppisissä kirjastoissa (International Organization for Standardization 2014).

Vaikuttavuutta on vaikeampaa mitata kuin puhtaasti numeroihin perustuvaa tietoa, koska vaikuttavuuden kokemus ei ole objektiivinen. Tästä huolimatta vaikuttavuutta kuitenkin halutaan mitata kirjastoissa, jotta toimintaa voidaan kehittää ja kohdentaa mahdollisimman tehokkaasti ja poliittiset päätökset perustuisivat mahdollisimman tarkkaan tietoon (Laitinen 2015).

Tutkimuksen validiteetti ja kredibiliteetti

Lappeenranta kuuluu Heili-kimppaan, jonka kirjastoilla on yhteiset kirjastokortit, joten tilastoista ei ole mahdollista eritellä paikkakuntia. Tämän voi ratkaista suhteuttamalla Lappeenrannan väkiluvun muihin Heili-kimpan kuntiin ja laskea siihen perustuvat todennäköiset lainausmäärät Lappeenrannassa. Vuonna 2015 Heili-kimpan kuntien väkiluku oli 126 295 henkeä, joista 72 875 asui Lappeenrannassa (Etelä-Karjalan liitto 2016). Lappeenrannan väkiluku on siis 57,7 prosenttia Heili-kimpan kuntien väkiluvusta. Käytännössä kuntien lainausmäärät eivät kuitenkaan todennäköisesti noudata näin tasaista jakautumista, joten tässä työssä on päätetty käyttää koko Heili-kimpan lukuja yleisissä vertailuissa, ellei siitä erikseen mainita.

Kyselyyn vastasi 52 henkilöä, joista e-kirjan lukijoita oli 43. Kaikista vastanneista e-kirjoja kirjastosta lainanneita oli kaikkiaan 26 henkilöä. Heili-kimpan e-kirjoilla on nykyisen tilastoinnin alkamisesta, eli toukokuusta 2015 laskien, ollut uniikkeja e-kirja-asiakkaita 762 kappaletta. Näistä Lappeenrannan osuus väkilukuun suhteuttaen on 440 uniikkia asiakasta. Kysely on siis tavoittanut arviolta 6 prosenttia Lappeenrannan kirjaston e-kirjoja lainanneista asiakkaista.

Joitakin vastauksia jouduttiin olettamaan, koska osa paperilomakkeelle vastaajista ei vastannut kaikkiin niistä kysymyksistä, jotka verkkoversiossa olivat pakollisia. Vastaukset kuitenkin tarvittiin paperilomakkeiden sisältämän tiedon syöttämiseksi Webropol 2.0.-ohjelmistoon, koska lomakkeen muokkaaminen jälkikäteen olisi poistanut kaiken kerätyn tiedon. Kysymyksiä ei siis voitu jälkikäteen muuttaa ei-pakollisiksi. Useimmiten vastaus pystyttiin kuitenkin luotettavasti päättämään henkilön muiden vastausten perusteella.

Yksi vastaaja oli käsittänyt e-kirjojen lukutiheyttä koskevan kysymyksen koskemaan kaikkea kirjallisuutta ja vastannut lukevansa päivittäin, vaikka oli seuraavissa kysymyksissä kertonut, ettei lue e-kirjoja ollenkaan. Kysymystä jälkikäteen tarkastellessa kysymyksen muotoilu todettiin toimivaksi, mutta sanaa e-kirja olisi mahdollisesti voinut painottaa, vaikkapa lihavoinnilla tai kursiivilla. Toinen vastaaja oli vastannut kieltävästi kysymykseen siitä, tietääkö hän kirjaston tarjoavan e-kirjoja, mutta seuraavassa kysymyksessä kertoi saaneensa tietää e-kirjoista tuttaviltaan, vaikka en tiennyt oli myös vaihtoehtona kyseiseen kysymykseen. Virheellisten vastausten määrä ei kuitenkaan ole suuri ja asianmukaiset vastaukset on voitu luotettavasti päätellä henkilön muiden vastausten perusteella, joten ne eivät varsinaisesti vaikuta loppupäätelmiin.

4.2 Lainaustilastot

E-kirjojen lainausten tilastointi kansallisissa kirjastotilastoissa on alkanut vuonna 2014. Laiho (2015) ihmettelee kotimaisen e-kirjatutkimuksen puutetta, jossa ei vuonna 2013 löytynyt minkäänlaisia e-kirja tilastoja tutkimusta varten. Tutkimuksessa käytetyt Heili-kimpan e-kirjatilastot alkavat toukokuusta 2015, jolloin Ellibs päivittyi uuteen versioon.

E-kirjoja on tilastojen mukaan lainattu 6083 kertaa aikavälillä toukokuu 2015 – toukokuu 2016. Näistä lainoista 1731 on miesten tekemiä ja 4252 naisten tekemiä. Aktiivisin laina-

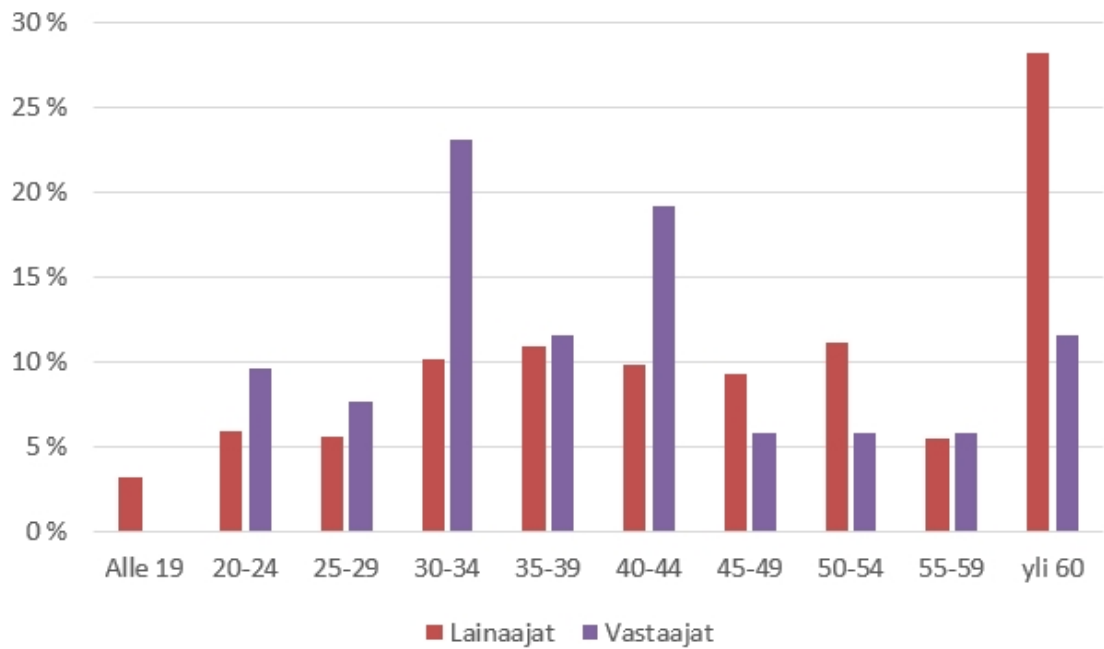
jaaryhmä kyselytutkimuksessa käytettyjä ikähaarukoita käyttäen ovat yli 60-vuotiaat, joiden lainat kattavat 28 prosenttia kaikista e-kirjalainoista Heili-kimpassa. Naiset ovat miehiä aktiivisempia lainaajia kaikissa muissa ikäryhmissä, paitsi 40-49-vuotiaiden keskuudessa, jossa lainausmäärät menevät suurin piirtein tasan.

Tilastot eivät erottele toisistaan Android älypuhelimien ja tablettitietokoneiden käyttäjiä, vaan sijoittavat nämä molemmat tablettitietokone-kategoriaan. Tästä huolimatta tablettitietokoneet voidaan hyvällä todennäköisyydellä päätellä yleisimmäksi alustaksi, jolla e-kirjastoa selataan. Tämä perustuu muiden älypuhelimien vähäiseen määrään tilastoissa. Tilastoidut iPhone ja Windows-puhelin muodostavat vain 5 prosenttia kaikista e-kirjastovierailuista. Applen laitteet ovat myös yleisimpiä alustoja kaikissa laitekategorioissa, myös tableteissa, josta voidaan vetää se johtopäätös, että Android-älypuhelimien käyttäjiä ei todennäköisesti joukossa ole kovinkaan monia.

Lainausmäärät ovat kasvaneet tasaisesti. Aikaisemmin tietokirjat olivat kaunokirjallisuutta lainatumpia. Joulukuun 2015 jälkeen taasen kaunokirjallisuus on selkeästi tietokirjallisuutta suositumpaa.

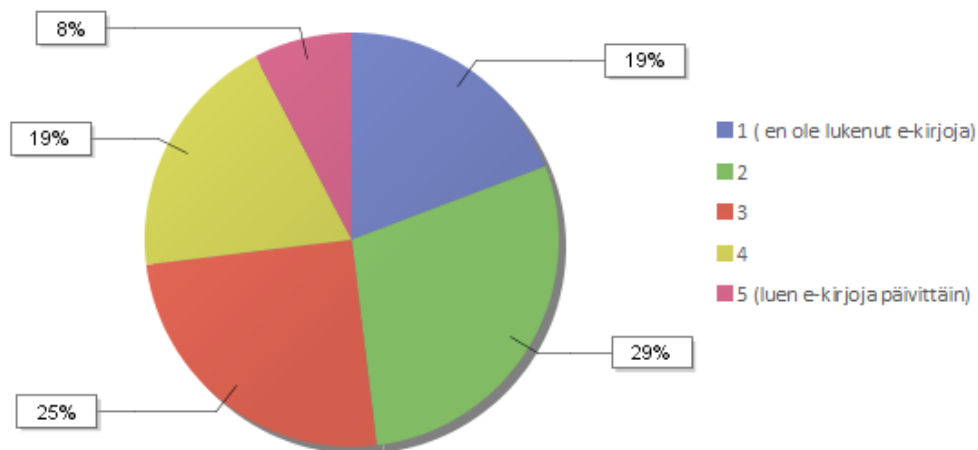
4.3 Asiakaskyselyn tulokset

Ensimmäinen ja toinen kysymys koskivat vastaajan ikäluokkaa ja sukupuolta asiakasryhmien kartoittamiseksi. Kyselyyn vastasi asiakkaita monista eri ikäluokista. Suurin osa vastaajista sijoittui kuitenkin välille 30-44 vuotta. Toinen aktiivinen vastaajaryhmä olivat yli 60-vuotiaat. Lainaustilastoissa tällaisia piikkejä ei ole, vaan määrät jakautuvat tasaisesti kaikkiin ikäluokkiin. Tilastossa näkyvä terävä nousu (Kuvio 3) johtuu tässä opinäytetyössä käytetystä, ehkä hieman liian tiukasta ikähaarukasta. Alle 19-vuotiaita vastaajia ei ollut ollenkaan, johtuen ehkä osittain siitä, että kirjaston e-kirjavalikoimissa ei vielä ole kovin paljon nuorten kirjallisuutta.



Kuvio 2. E-kirjalainaaajien ja kyselyyn vastanneiden määrät prosentteina molempien kokonaismääristä.

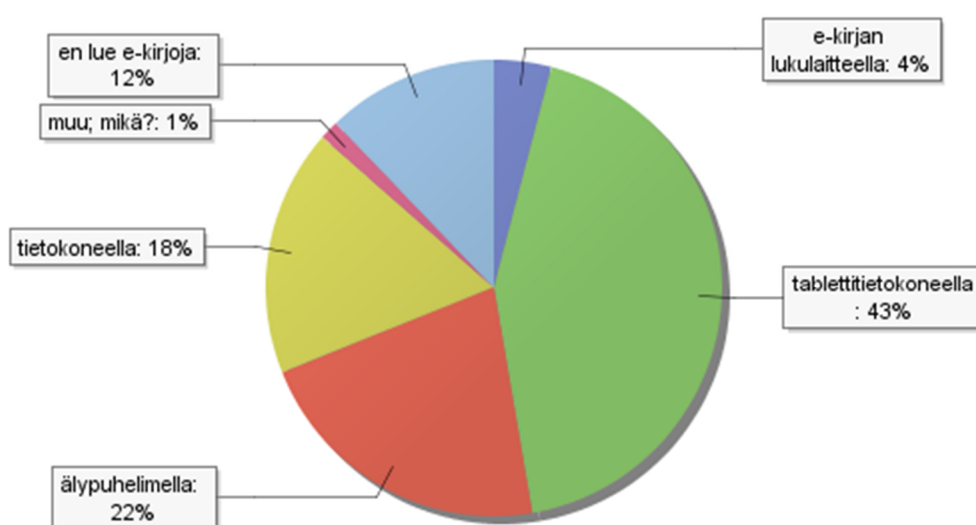
Ylivoimaisesti suurin osa vastaajista ilmoitti sukupuolekseen nainen. Miehiä kyselyyn vastanneista oli vain 21 prosenttia. Tulos on yhteneväisessä linjassa Heili-kirjastojen e-kirjojen lainaustilastojen kanssa, joissa e-kirjalainoista 27 prosenttia on miesten tekemiä ja enemmistö, 72 prosenttia naisten tekemiä.



Kuvio 3. Kuinka usein luet e-kirjoja?

Kolmannessa kysymyksessä vastaajia pyydettiin arvioimaan e-kirjojen lukemistaan, asteikolla yhdestä viiteen. Asteikossa numero yksi tarkoitti ei koskaan ja numero viisi tarkoitti päivittäin. Erilaisten laitteiden käyttäjät kertoivat lukevansa e-kirjoja keskimäärin yhtä usein, keskiarvovastauksen sijoittuessa 3:n tienoille.

Aktiivisimmin e-kirjoja lukivat 50-54-vuotiaat, joiden vastausten keskiarvo oli 4. Seuraavaksi aktiivisin vastaajaryhmä olivat 35-39-vuotiaat, joiden vastausten keskiarvo oli 3. Vähiten e-kirjoja vastaajista lukivat 20-24-vuotiaat, joiden vastausten keskiarvo oli vain 2.



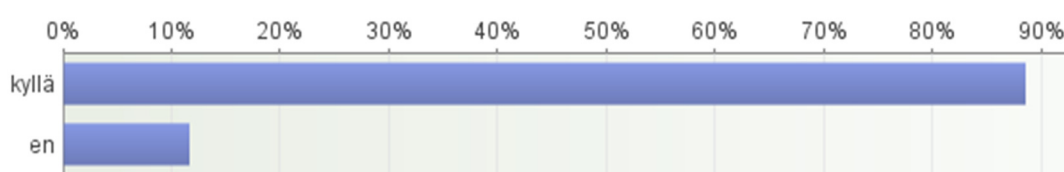
Kuvio 4. Millaisella laitteella luet e-kirjoja?

Neljäs kysymys käsitteli alustaa, jolla vastaajat lukevat e-kirjoja. Vaihtoehtoina kyselyssä olivat kaikki yleisimmät alustat, joilla e-kirjoja luetaan ja vastaajat saivat valita useamman laitteen. Vaihtoehtoihin lisättiin varmuuden vuoksi vaihtoehto muu tarkentavalla vapaa-tekstikentällä, jotta voitaisiin ottaa huomioon mahdolliset vanhemmat laitteet, kuten kämmementietokoneet. Ainoa tämän vaihtoehdon valinnut vastaaja ei kuitenkaan tarkentanut mikä tämä muu laite on.

Tablettitietokone oli selkeästi yleisin vastaajien käyttämä laite reilun 40 prosentin osuudella kaikista vastauksista ja 60 prosentin osuudella kaikista vastaajista. Tulos on linjassa e-kirjojen yleistymiseen liittyvän tutkimuksen kanssa, jonka mukaan e-kirjan suosio on selkeästi sidottu tablettitietokoneiden, varsinkin Applen iPadin, kehitykseen (Laiho, O.

2015). Eri ikäluokkien välillä ei ollut suuriakaan eroja laitteiden käytössä. Tablettitietokone oli kaikissa ikäluokissa suosituin laite, mutta alle 44-vuotiaat vastaajat käyttivät enemmän myös älypuhelinta tai tietokonetta e-kirjojen lukemiseen.

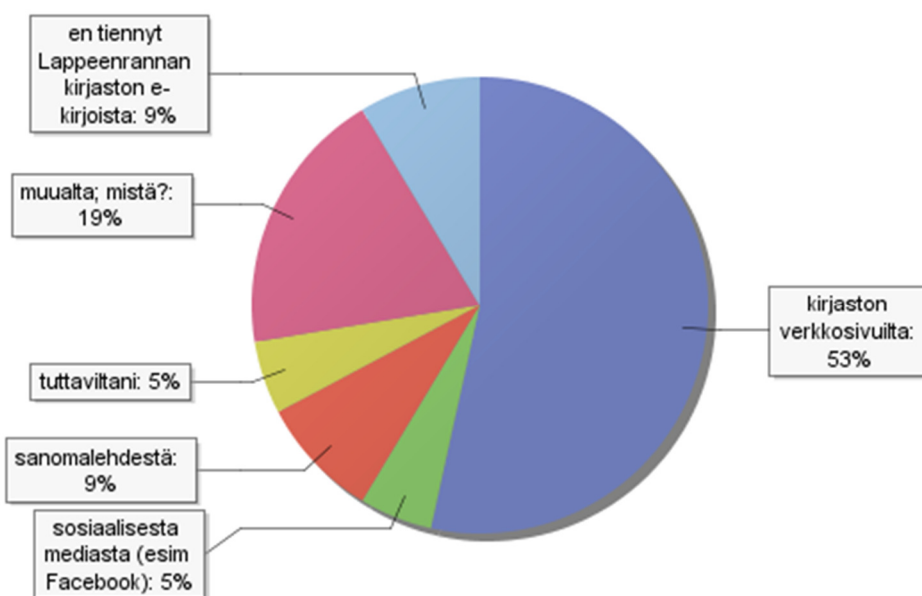
Älypuhelin ja tietokone jakavat keskenään melkein yhtä suuren käyttäjäkunnan, molempien osuuden ollessa noin neljäsosan verran kaikista vastaajista. Monet useita laitteita käyttävistä vastaajista käyttivät tablettitietokonetta ja älypuhelinta. E-kirjan lukulaitteita ei käyttänyt kuin kolme vastaajista, mutta yksi vastaaja kertoi palautekentässä aikovansa juuri hankkia sellaisen.



Kuvio 5. Tiesitkö Lappeenrannan kirjaston tarjoavan e-kirjoja lainaan?

Viidennessä kysymyksessä haluttiin tietää ovatko kirjaston asiakkaat tietoisia siitä, että heidän kirjastonsa tarjoaa e-kirjoja lainaksi.

Ylivoimaisesti suurin osa vastaajista tiesi e-kirjojen lainaamismahdollisuudesta, mikä kertonee markkinoinnin olevan ainakin sen suhteen toimivaa. Tablettitietokoneita käyttävät vastaajat olivat asiasta hieman tietoisimpia, mutta erot eri laitteiden käyttäjien välillä eivät olleet suuria.

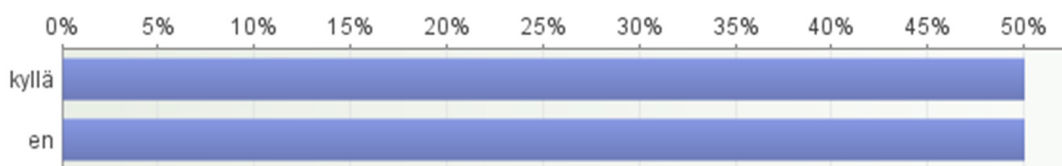


Kuvio 6. Mistä sait tietää Lappeenrannan kirjaston e-kirjoista?

Kuudennessa kysymyksessä kartoitettiin kirjaston tehokkainta markkinointikanavaa e-kirjoille. Vastausvaihtoehtoina käytettiin kirjaston yleisimpiä markkinointikanavia ja vastaajat saivat valita useampia vaihtoehtoja.

31 vastaajaa oli saanut tiedon e-kirjoista kirjaston verkkosivujen kautta. Toiseksi tehokkain markkinointikanava on vastausten mukaan kirjaston fyysinen tila ja kirjastokäynnit. Tämä puuttui vastausvaihtoehdoista, mutta melkein jokainen muu-vaihtoehdon valinnut tarkensi tämän vastauksessaan. Yksi vastaajista oli vain olettanut kirjastossa olevan e-kirjoja ja alkanut lainata niitä. Sosiaalisen median kautta ei juurikaan ollut tieto liikkunut.

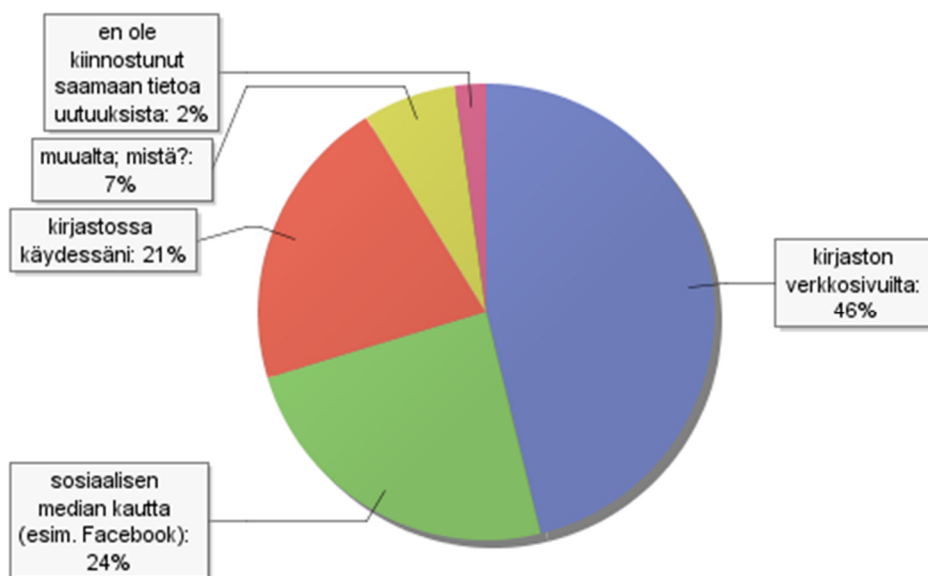
Vastaukset olivat hyvin samankaltaisia jokaisessa ikäluokassa. Vaikuttaisi siis siltä, että suurin osa vastaajista seuraa kirjaston tiedotusta hyvin perinteisten kanavien kautta



Kuvio 7. Oletko koskaan käyttänyt Lappeenrannan kirjaston tarjoamia e-kirjoja?

Seitsemännessä kysymyksessä vastaajia pyydettiin kertomaan ovatko he käyttäneet kirjaston tarjoamia e-kirjoja. Vastaukset menivät tasan molempien vaihtoehtojen välillä. Kyllä -vaihtoehdon valinneiden keskimääräinen ikä oli hieman korkeampi, kuin kieltävästi vastanneiden, mutta otannan suhteellisen pienuuden vuoksi tästä ei varsinaisesti voida vetää mitään johtopäätöksiä.

Tablettitietokoneella e-kirjoja lukevista vastaajista vain kolmasosa ei tiennyt kirjaston tarjoamista e-kirjoista. Älypuhelimien ja tietokoneiden käyttäjissä sama luku oli noin puolet vastaajista. Sen sijaan e-kirjan lukulaitteiden käyttäjistä kukaan ei tiennyt kirjaston tarjoavan e-kirjoja lainaan.



Kuvio 8. Mitä kautta haluaisit saada tietoa Lappeenrannan kirjaston e-kirjauutuuksista?

Viimeisessä kysymyksessä tiedusteltiin kanavia, joiden kautta vastaajat olisivat kiinnostuneita saamaan tietoa kirjaston tarjoamista e-kirjauutuuksista.

Kirjaston verkkosivut olivat taas suosituin kanava saada tietoa. Kirjastokäynnit ja sosiaalinen media olivat myös monen toiveissa. Kirjaston verkkosivut olivat tasaisesti edustettuina kaikkien ikäluokkien vastauksissa, kun taas tiedotusta sosiaalisessa mediassa toivoivat lähinnä alle 40-vuotiaat vastaajat ja sähköpostivinkkejä vain yli 35-vuotiaat vastaajat. Vain kaksi vastaajista ei ollut kiinnostunut saamaan tietoa e-kirjauutuuksista.

Edellisen kysymyksen vastausten perusteella sosiaalisen median kautta tiedotusta voisi siis tehostaa. Tosin on myös muistettava, että Facebook suodattaa käyttäjien näkemää sisältöä omien algoritmiansa, eli laskentakaavojensa mukaan. Facebook-käyttäjältä todennäköisesti jää paljonkin sinne laitettua sisältöä näkemättä, jos hän ei ole aktiivisesti kommentoinut ja osallistunut kyseisen organisaation päivityksiin (Seppälä, P. 2014).

Vapaa palaute

Lomakkeen loppuun oli vielä jätetty tilaa antaa vapaata palautetta kirjastolle e-kirjoihin liittyen. Yleisin saatu palaute koski e-kirjavalikoimaa. Vastaajilta tuli toiveita niin englanninkielisistä e-kirjoista kuin laajemmasta valikoimasta lapsille ja nuorille. Myös uutuuksia toivottiin valikoimiin nopeammin.

"Kaivataan lisää nuorten kirjallisuutta. Laajempaa valikoimaa. Mielellään myös nuorten englannin kielisiä kirjoja."

"Valikoiman laajentaminen, lisää sekä tieto- että kaunokirjallisuutta, uutuudet e-kirjoina."

"Lisää tarjontaa ja nimenomaan kaunokirjallisuutta!"

"Lisää e-kirjoja nuorille!"

Vain yhdeltä vastaajalta tuli suoraa kritiikkiä e-kirjaa kohtaan formaattina. E-kirjan lukulaite voisi soveltua tälle asiakkaalle taustavalaistuja laitteita paremmin.

"E-kirjojen lukeminen on ainakin nykyisillä laitteilla raskasta silmille, varsinkin kun tekee työtäkin tietokoneella. Mieluummin otan käteen perinteisen kirjan."

Kirjasto sai vastaajilta myös kiittävää palautetta e-kirjoista.

"Etenkin isokokoiset (useiten tieto-) kirjat on ihana lukea e-muodossa. Luen myös lyhyitä esseetyyppisiä e-kirjoja, ikään kuin laatujournalismia, tabletilla. E-kirjavinkit voisi sisällyttää luontevasti muun aineiston sekaan, kuten hyllyille sijoitettavilla tiedotteilla, että sama kirja löytyy myös e-versiona."

"Loistava palvelu, kiitos, Käytän myös kirjaston "oikeita" kirjoja."

5 PÄÄTELMÄT

Kyselyn tulokset kertovat, että kirjaston markkinointi toimii e-kirjojen osalta kohtuullisen hyvin. Suurin osa vastaajista tiesi kirjaston e-kirjoista ja melkein kaikki olivat myös kiinnostuneita tietämään uusista e-kirjoista. Silti vain puolet vastaajista oli käyttänyt kirjaston tarjoamaa mahdollisuutta e-kirjojen lainaamiseen.

Kiinnostusta e-kirjoihin siis on, mutta toistaiseksi niiden yleistymistä vaikeuttaa valikoiden kapeus. Tämä on asia, joka tulee todennäköisesti korjaantumaan ajan myötä, mutta pohjimmiltaan ongelmana kirjastoilla on tällä hetkellä se, että e-kirjat eivät ole tiedon jakamisen formaattina lain edessä yhtäläisessä asemassa painetun kirjallisuuden kanssa. Vaikka kirjastolla siis onkin lakisääteinen tehtävä tasa-arvoistaa tiedon saatavuutta, tämä ei koske sähköisessä muodossa esitettyä tietoa. Muutosta tähän ei ainaakaan tätä opinnäytetyötä kirjoittaessa ollut vielä näkyvissä. Tällä hetkellä vaikuttaa voiv suoraan vain siis kustantajiin, e-kirjojen kysynnän lisäämisellä. Toimiva markkinointi kirjastoissa on tässä suhteessa hyvin tärkeää.

Markkinoinnin tehostamisessa apuna voisi toimia Lappeenrannan kirjastolle ja koko Heili-kimpalle räätälöity e-kirjojen markkinointisuunnitelma. Pohjana markkinointisuunnitelmassa voisi käyttää SSYK -hankkeen toimintasuunnitelmaa, josta poimittaisiin ne osiot, jotka koskevat yksittäisiä yleisiä kirjastoja ja pohdittaisiin mitkä niistä ovat mahdollisia toteuttaa resurssien puitteissa. Räätälöity markkinointisuunnitelma selkeyttäisi markkinoinnin ideaa ja toimenpiteitä myös koko kirjaston henkilökunnalle. Asiakaspalvelu on kuitenkin tärkeä osa kirjaston markkinointia.

Kyselytutkimuksen perusteella kirjaston fyysinen tila ja verkkosivut ovat monelle asiakkaalle tärkein kanava tiedonsaantiin. E-kirjoja voisi siis silloin tällöin tuoda näkyvämmiin esille, esimerkiksi näyttely- tai kampanjamuotoisesti. Myös e-kirjauutuuksista toivottiin lisää tiedotusta. Sosiaalinen media voisi olla tätä varten ihanteellisiin kanava, varsinkin koska asiakkaiden toiveissa vastausten perusteella oli saada enemmän tietoa myös sosiaalisen median kautta.

Sosiaalinen media jäi kyselyssä kuitenkin yllättävän vähäiselle merkitykselle asiakkaiden toteutuneessa tiedonsaannissa, vaikka ehdottomasti suurin osa vastauksista kuitenkin saatiin nimenomaan sosiaaliseen mediaan postitetun linkin kautta. Tähän voi olla kaksi todennäköistä syytä. Ensimmäinen on se, että Facebook suodattaa käyttäjien näkemää

sisältöä odottamattomilla tavoilla. Facebookia käyttävän asiakkaan on joko käytävä aktiivista vuorovaikutusta kirjaston Facebook-sivun kanssa kommenttien ja tykkäysten muodossa, tai sitten valittava kirjaston päivitykset nähtäviksi seinälleen ensimmäisenä. Vuorovaikutus vaatii asiakkaalta kuitenkin paljon työtä. Kirjaston päivitysten priorisointi muiden edelle taasen on asiakkaalta ehkä jo jonkinlainen arvovalinta.

Toinen ongelma voi myös olla se, että vaikka Lappeenrannan kirjasto onkin hyvin aktiivinen Facebook-sivullaan, ei se tiedota e-kirjoista siellä kovinkaan usein. Tiedotteet koskevat tarkastelun perusteella lähinnä vain suurempia muutoksia e-aineistoihin ja e-kirjoja yleisellä tasolla. Aktiivista tiedotusta asiakkaita mahdollisesti kiinnostavista uutuuskirjoista ei ole ollenkaan. Kyselyssä ei kysytty tarkentavia kysymyksiä siitä, mitkä ovat ne sosiaaliset mediat, joiden kautta asiakkaat haluavat saada tietoa, mutta kirjaston aktiivinen läsnäolo Facebookissa kuitenkin riittänee tällä erää ja tarvetta esimerkiksi Twitter-tiliin tuskin vielä on.

Kirjaston e-kirjakokoelmien pienuuteen kohdistunut kritiikki vastauksissa on sinällään ihan aiheellista, mutta toisaalta kirjasto tilaa jo kaiken mitä Ellibistä on saatavilla. E-kirjojen tarjonta kirjastoille ei ole vielä kustantajien taholta kovin laajaa. OverDrive voisi olla vastaus toiveisiin laajemmasta nuortenkirjakokoelmasta, sekä englanninkielisestä kirjallisuudesta. OverDrive ei kuitenkaan Suomessa ole käytössä kuin suurimmilla kirjastoilla, koska se on kirjastolle iso investointi. Vaikka Heili-kimpan e-kirjojen lainaustilastot näyttävät koko ajan nousevia lukuja, ei e-kirjojen lainaus Etelä-Karjalassa ole kuitenkaan vielä yleistynyt samalla tavalla kuin pääkaupunkiseudulla tai Varsinais-Suomessa, joten perusteita OverDriven kaltaiselle suurelle investoinnille ei vielä aivan ole.

Apuna e-kirjojen markkinointiin asiakkaille ja niiden yleistymiseen voisivat toimia verkon ilmaiset aineistot. Kirjaston kannattaisi siis markkinoida myös niitä asiakkailleen. Project Gutenberg on hyvä esimerkki kattavasta ja ilmaisesta aineistosta verkossa, jota kirjasto voisi suositella asiakkailleen.

Jatkotutkimuksen aiheena voisi olla esimerkiksi kirjaston henkilökunnan e-aineisto-osamisen kartoitus, koska se vaikuttaa suoraan asiakkaiden mielikuviin kirjastosta. Myös e-aineiston markkinointisuunnitelman laatiminen asiakaskyselyn, lainaustilastojen ja SSSYK-hankkeen toimenpidesuunnitelman pohjalta voisi olla mahdollinen jatkoaihe. Isompi otanta tarpeellinen, mahdollisesti e-kirjat mukana seuraavassa asiakastytyväisyyskyselyssä? Sähköisten sisältöjen arvostus + asenne (ei ole kirjallisuutta = ei kuulu kirjastoon) vs. painetut aineistot.

LÄHTEET

Aluehallintovirasto 2012. Aluehallintovirastojen keskeiset arviot peruspalvelujen tilasta 2011. Viitattu 2.5.2016. <https://www.avi.fi/documents/10191/52019/Aluehallintovirastojen+keskeiset+arviot+peruspalveluista+2011/28e4ffdd-6f8e-4c2c-8016-dc4d4f7b3846>.

Amazon 2016. Supported formats. Viitattu 29.4.2016. <https://kdp.amazon.com/help?topicId=A2GF0UFHIYG9VQ>.

Bush, V. 1945. *As We May Think*. Teoksessa Wardrip-Fruin, N. & Montfort, N. (toim.) 2003. *New Media Reader*. Cambridge, MA: MIT Press, 35-48.

Böök, M. 2010. Vanhat ja uudet kirjastovisiot. *Kulttuurivihkot*. No. 2/2010, 36-45. Viitattu 18.5.2016. <http://kulttuurivihkot.fi/pdf/kv0210.pdf>.

Chen, B. 2008. The Laptop Celebrates 40 Years. *Wired* 11.3.2008. Viitattu 31.3.2016. <http://www.wired.com/2008/11/museum-celebrat>.

Ciabattari, J. 2013. Now There Are 5. *Library Journal*. No 7/2013. Viitattu 29.4.2016. <http://lj.libraryjournal.com/2013/09/publishing/now-there-are-5/>.

E Ink Holdings, Inc. 2016. Viitattu 17.3.2016. <http://www.eink.com/technology.html>.

Ekholm, K. & Repo, Y. 2010. *Kirja tienhaarassa vuonna 2020*. Helsinki: Gaudeamus.

eKirjasto 2016a. Elehdet. Viitattu 30.5.2016. <http://ekirjasto.kirjastot.fi/elehdet>.

eKirjasto 2016b. Emusiikki. Viitattu 30.5.2016. <http://ekirjasto.kirjastot.fi/emusiikki>.

Ellibs 2016a. Ellibs-kirjastopalvelu, ohjeet kirjaston ylläpitäjälle. Viitattu 26.5.2016. <http://www.ellibs.com/fi/node/146262>.

Ellibs 2016b. Ellibsin kirjastoasiakkaita. Viitattu 3.5.2016. <http://www.ellibs.com/fi/kirjastoasiakkaat>.

Etelä-Karjalan liitto, 2016. Väkiluvun kehitys E-K kunnittain v. 1995 – 2015, 5-v. jaksot + ennuste vuoteen 2035. Viitattu 30.5.2016. http://www.ekarjala.fi/liitto/wp-content/uploads/2013/10/2.1-Vaakiluvun-kehitys-E-K-kunn-1995_2015_20352.pdf.

Etelä-Saimaa 2011. Maakuntakirjasto aloittaa sähkökirjan lukulaitteiden lainauksen. Viitattu 20.2.2016. <http://www.esaimaa.fi/Online/2011/01/17/Maakuntakirjasto%20aloittaa%20s%C3%A4hk%C3%B6kirjan%20lukulaitteiden%20lainauksen/2011110359164/4>.

Etelä-Saimaa 2014. Lisää kirjoja Etelä-Karjalan verkkokirjastoon, katso lainausohjeet. Viitattu 20.2.2016. <http://www.esaimaa.fi/Online/2014/06/09/Lis%C3%A4%C3%A4%20kirjoja%20Etel%C3%A4-Karjalan%20verkkokirjastoon%2C%20katso%20lainausohjeet/2014117478335/4>.

FinELib 2016. Usein kysyttyä. Viitattu 4.6.2016. <https://www.kiwi.fi/pages/viewpage.action?pageld=40076656>.

Finna 2016. Mikä Finna on? Viitattu 31.5.2016. <https://www.finna.fi/Content/about>.

Google 2016. File types for reading books on an eReader. Viitattu 29.4.2016. <https://support.google.com/googleplay/answer/1062502?hl=en>.

Grimes, W. 2011. Michael Hart, a Pioneer of E-Books, Dies at 64. The New York Times 8.9.2011. Viitattu 25.5.2016. <http://www.nytimes.com/2011/09/09/business/michael-hart-a-pioneer-of-e-books-dies-at-64.html>.

Harju, H. 2015. Sähkökirja verkkojättien ja Euroopan komission puristuksessa. Kirjastolehden verkkoversio 8.6.2015. Viitattu 18.5.2016. <http://kirjastolehti.fi/artikkelit/artikkeli/569/sahkokirja-verkkojattien-ja-euroopan-komission/>.

Helinsky, Z. 2012. Pieni mutta tärkeä kirja kirjastojen markkinoinnista. Helsinki: BTJ Finland Oy.

HelMet-kirjastot 2015. Kirjasto 10 täyttää 10 vuotta. Viitattu 29.4.2016. http://www.helmet.fi/fi-FI/Tapahtumat_ja_vinkit/Uutispalat/Kirjasto_10_tayttaa_10_vuotta%2862686%29.

Inkinen, T. & Löytönen, M. 2014. Gutenbergista digiaikaan: Tiedon vallankumoukset. Teoksessa Inkinen, T.; Löytönen, M. & Rutanen, A. (toim.) Kirja muuttuvassa tietoympäristössä. Porvoo: Bookwell Oy, 7-18.

International Organization for Standardization 2014. ISO 16439:2014. Information and documentation – Methods and procedures for assessing the impact of libraries. Viitattu 18.5.2016. http://www.iso.org/iso/catalogue_detail.htm?csnumber=56756.

Juntunen, A. & Saarti, J. 2014. Ulos kirjastosta: kirjastojen markkinointiviestintä. Helsinki: NTJ Finland Oy.

Kaapelisolmu 1994. KAAPELISOLMUN ENSIMMÄISET KUUSI KUUKAUTTA 28.2. - 28.8.1994. Viitattu 14.4.2016. <http://www.kaapeli.fi/raportit/rap1/>.

Kaapelisolmu 2016. Taustaa ja osuuskunnan nykyinen tilanne. Viitattu 25.5.2016. http://www.katto.kaapeli.fi/sisalto/1068475879/index_html.

Kay, A. 1972. A Personal Computer for Children of All Ages. Viitattu 31.3.2016. <http://www.mprove.de/diplom/gui/kay72.html>.

Kirjastolaki 4.12.1998/904.

Kirjastot.fi 2015. Sähköiset sisällöt yleisiin kirjastoihin 2011-2014. Viitattu 28.4.2016. <http://www.kirjastot.fi/fi/ssyk>.

Kirjastot.fi 2016. Yleisten kirjastojen konsortio. Viitattu 28.5.2016. <http://www.kirjastot.fi/fi/konsortio>.

KL-kuntahankinnat Oy 2016. Kirjastojen e-aineistot, lainausalusta e-kirjoille 2014-2018 -sopimus. Viitattu 2.5.2016. <http://www.kuntahankinnat.fi/fi/muut-tavarat-ja-palvelut/kirjastojen-e-aineistot-lainausalusta-e-kirjoille-2014-2018>.

Korkeila, S. 2008. E-kirjojen omaksuminen kirjastoihin. Signum. No 2/2008. Viitattu 8.6.2016. <http://ojs.tsv.fi/index.php/signum/article/view/3458/3208>.

Kotler, P. 2004. Kotlerin kanta: markkinoinnin maailmanauktori teetti vastaa kysymyksiin. Helsinki: RASTOR OY.

Kotler, P.; Kartajaya, H. & Setiawan, I. 2010. Markkinointi 3.0: Tuotteista asiakkaisiin ja ihmiskeskeisyyteen. Helsinki: Talentum Media Oy.

Kozlowski, M. 2013. How to Make Library eBooks More Visible. Viitattu 4.6.2016. <http://goode-reader.com/blog/e-book-news/how-to-make-library-ebooks-more-visible>.

Laiho, O. 2015. Lukemista aukioloajoista välittämättä – e-kirjat osana yleisten kirjastojen kokoelmia. Informaatiotutkimus. Vol. 34, No 1-2/2015.

- Laine, A. 2012a. E-aineistot meillä ja maailmalla. Viitattu 20.4.2016. <http://kirjastolehti.fi/artikkelit/artikkeli/144/e-aineistot-meilla-ja-maailmalla/>.
- Laine, A. 2012b. Miksi kirjastojen tulee olla mukana e-aineistojen jakelussa? Viitattu 18.5.2016. <http://blogit.kirjastot.fi/ekirjat/#more-241>.
- Laitinen, M. 2015. Kirjastojen muuttuva toimintaympäristö haastaa perinteiset mittaustavat. Viitattu 21.4.2016. <http://vaikuttavuus.kirjastot.fi/vaikuttavuuden-mittaaminen.html>.
- Lantto, R. 2014. Bitteinä ja paperilla: graafisen viestinnän trendejä. Espoo: Digitext.
- Lappeenrannan kaupunginkirjasto 2016. Historiikki. Viitattu 17.3.2016. <http://www.lappeenranta.fi/fi/Palvelut/Kulttuuri-ja-liikunta/Kirjasto/Palvelut-A-O/Historiikki>.
- Haapala, N. 2016. E-kirjat villitsivät kuusikymppiset naiset – uutuuskirja houkuttaa sähköiseen versioon. Lappeenrannan uutiset 2.3.2016. Viitattu 20.2.2016. <http://www.lappeenrannanuutiset.fi/artikkeli/370533-e-kirjat-villitsivat-kuusikymppiset-naiset-uutuuskirja-houkuttaa-sahkoiseen>.
- Hirsjärvi, S; Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Lehtola, M. 2013. E-kirjapalvelujen käytettävyys kirjastoissa ja kirjakaupoissa. Opinnäytetyö. Kirjasto- ja tietopalvelu. Turku: Turun ammattikorkeakoulu. Viitattu 2.5.2016. https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/59391/Lehtola_Maija.pdf.
- Maxwell, J. 2013. E-Book Logic: We Can Do Better. Papers of the Bibliographical Society of Canada. Vol. 51, No 1/2013, 29-47.
- Microsoft 2016. Tiedostojen pakkaaminen ja purkaminen. Viitattu 31.5.2016. <http://windows.microsoft.com/fi-fi/windows/compress-uncompress-files-zip-files>.
- Mount, D. 2014. A Review of Public Library E-Lending Models. Viitattu 25.4.2016. <http://www.kirjastot.fi/sites/default/files/content/Rapporten-Public-Library-e-Lending-Models.pdf>.
- Mustajoki, H. 2016. Varsinais-Suomen Vaski-kirjastot nyt osa kansallista Finna-verkkopalvelua. Kansalliskirjaston tiedote 21.4.2016. Viitattu 31.5.2016. <https://www.kansalliskirjasto.fi/fi/uutiset/varsinais-suomen-vaski-kirjastot-nyt-osa-kansallista-finna-verkkopalvelua>.
- Nelson, T. 1981. Proposal for a Universal Electronic Publishing System and Archive. Teoksessa Wardrip-Fruin, N. & Montfort, N. (toim.) 2003. New Media Reader. Cambridge, MA: MIT Press, 441-462.
- Newman, D. 2015. Research Shows Millennials Don't Respond to Ads. Forbes 28.4.2015. Viitattu 20.5.2016. <http://www.forbes.com/sites/danielnewman/2015/04/28/research-shows-millennials-dont-respond-to-ads/#3b2000e85599>.
- Next Media 2013a. eBooks for public libraries – Sähkökirjoja yleisiin kirjastoihin. http://virtual.vtt.fi/virtual/nextmedia/Deliverables-2012/D1.3.1.5_eReading_eBooks%20for%20public%20libraries_Sahkokirjoja%20yleisiin%20kirjastoihin.pdf
- Next Media 2013b. eBooks for public libraries – Sähkökirjoja yleisiin kirjastoihin 2013. Viitattu 25.4.2016. http://virtual.vtt.fi/virtual/nextmedia/Deliverables-2013/D1.3.7.1_eReading_eBooks%20for%20public%20libraries_Sahkokirjoja%20yleisiin%20kirjastoihin%202013.pdf.
- Next Media 2016. WP1 liiketoimintamallit, konseptit ja organisaatioiden kehittäminen. Viitattu 2.5.2016. <http://virtual.vtt.fi/virtual/nextmedia/8662400/fi/read/page.html>.

Nummela, M. 2009. Infrastruktuuri/rakenteet. Teoksessa Opetusministeriö 2009. Näkemyksiä tulevaisuuden kirjastomaisemista. 48-49. Viitattu 28.5.2016. http://www.minedu.fi/export/sites/default/OPM/Kirjastot/linjaukset_ja_hankkeet/Liitteet/Kirjastomaisema_2035.pdf.

Opetusministeriö 2003. Kirjastostrategia 2010. Opetusministeriön julkaisuja. No 1/2003.

Opetusministeriö 2005. Digitaalisen aineiston kysyntä ja tarjonta - yleiset kirjastot 2004. Opetusministeriön julkaisuja. No 31/2005.

Opetus- ja kulttuuriministeriö 2010. Yleisten kirjastojen laatusuositus. Opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisuja. No 20:2010.

Opetus- ja kulttuuriministeriö 2016. Kirjastojen rahoitus. Viitattu 29.5.2016. <http://www.minedu.fi/OPM/Kirjastot/rahoitus/?lang=fi>.

Paavonheimo, J. 2006. Digitaalisen ja painetun rajalla: Kirjoituksia kirjasta, digitaalisuudesta ja kirjastosta. Helsinki: BTJ Kirjastopalvelu Oy.

Projekti Lönnrot 2016. Viitattu 11.4.2016. <http://www.lonnrot.net/>.

Project Runeberg 2016. Viitattu 11.4.2016. <http://runeberg.org/admin/>

Rauhala, T. 2016. Kirjasto kohtaamispaikkana: kuinka arkkitehtuuri voi tukea myöhäismodernia yhteisöllisyyttä kirjastossa. Diplomityö. Talouden ja rakentamisen tiedekunta, arkkitehtuurin laitos. Tampere: Tampereen teknillinen yliopisto. Viitattu 2.5.2016. <https://dspace.cc.tut.fi/dpub/handle/123456789/23865>.

Ristikartano, V. & Virrankoski, A. (toim.) 2011. Eräpäivä!: voimasanoja kirjastosta. Helsinki: BTJ Finland Oy.

Saarijärvi, L.; Joensuu, J. & Koskimaa, R. Kirja 2010: Kirja-alan kehitystrendit. Saarijärvi: Gummerus Kirjapaino Oy.

Salo, I. 2013. Alv-sooloilu joutui EU:n hampaisiin. Talouselämä 5.11.2013. Viitattu 25.5.2016. <http://www.talouselama.fi/uutiset/alv-sooloilu-joutui-eu-n-hampaisiin-3446769>.

Sebastian, A. 2013. Doug Engelbart, the visionary who foresaw the modern internet and created the mouse, dies aged 88. ExtremeTech 4.7.2013. Viitattu 26.5.2016. <http://www.extremetech.com/extreme/160455-doug-engelbart-the-visionary-who-foresaw-the-modern-internet-and-created-the-mouse-dies-aged-88>.

Senkus, P. 2013. Marketing 3.0: The Challenge for Private, Public and Non-profit Sectors, Theoretical Approach. Proceedings of the International Scientific Conference: Rural Development. No 6/2013, 328-335.

Seppälä, P. 2014. Mikä ihmeen Facebook-algoritmi? Viitattu 18.5.2016. <http://www.viestintapiritta.fi/mika-ihmeen-facebook-algoritmi/>.

Smolander, k. & Harmaakorpi, V. 2014. Kirja tulevaisuuden tietoympäristössä – teknologian näkökulma. Teoksessa Inkinen, T.; Löytönen, M. & Rutanen, A. (toim.) Kirja muuttuvassa tietoympäristössä. Porvoo: Bookwell Oy, 165-176.

Sony 2014. Viitattu 11.4.2016. https://us.en.kb.sony.com/app/answers/detail/a_id/45014.

Strom, D. 1999. E-Books: Still an Unfinished Work. Computerworld 19.7.1999, 76.

Sähköiset sisällöt yleisiin kirjastoihin –hanke 2012a. E-aineistostrategia. Viitattu 21.4.2016. <http://www.kirjastot.fi/sites/default/files/content/E-aineistostrategia.versio1.pdf>.

Sähköiset sisällöt yleisiin kirjastoihin –hanke 2012b. Toimenpidesuunnitelma. Viitattu 21.4.2016. http://www.kirjastot.fi/sites/default/files/content/Toimenpidesuunnitelma_0.pdf.

Taarasti, M. 2013. Markkinointiajattelua yleisissä kirjastoissa: Asenteita yleisten kirjastojen markkinointitoimintaa kohtaan Kirjastolehden artikkeleissa ja Kirjastot.fi:n keskustelufoorumeilla 1995-2012. Pro gradu -tutkielma. Valtiotieteellinen tiedekunta, sosiaalitieteiden laitos. Helsinki: Helsingin yliopisto. Viitattu 30.3.2016. https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/41014/pro_gradu_taarasti_riitta_02092013.pdf.

Vuokko, P. 2010. Nonprofit-organisaatioiden markkinointi. Helsinki: WSOYpro.

Vänskä, O. 2013. Otava, WSOY ja Tammi lähtivät e-kirjastoon. Markkinointi&Mainonta 21.3.2014. Viitattu 26.5.2016. <http://www.marmai.fi/uutiset/otava-wsoy-ja-tammi-lahtivat-e-kirjastoon-6290413>.

Wood, S. 2013. Generation Z as consumers: trends and innovation. Institute for emerging issues. Viitattu 24.5.2016. <https://iei.ncsu.edu/wp-content/uploads/2013/01/GenZConsumers.pdf>.

World Wide Web Consortium 2016. HTML & CSS. Viitattu 30.5.2016. <https://www.w3.org/standards/webdesign/htmlcss>.

Kyselylomake

Kysely e-kirjojen lukijoille

Tällä kyselyllä tutkitaan Lappeenrannan kirjaston tarjoamien e-kirjapalveluiden näkyvyyttä. Kysely on osa Turun ammattikorkeakoululle tehtävää opinnäytetyötä.

1. Ikäsi?

- ☐ 19 tai alle ☐ 20-24
☐ 25-29 ☐ 30-34
☐ 35-39 ☐ 40-44
☐ 45-49 ☐ 50-54
☐ 55-59 ☐ 60 tai yli

2. Sukupuolesi?

- ☐ mies
☐ nainen
☐ muu / en halua sanoa

3. Kuinka usein luet e-kirjoja?

Arvioi lukemistasi astekoilla yhdestä viiteen

1 2 3 4 5

en ole lukenut e-kirjoja ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ luen e-kirjoja päivittäin

4. Millaisella laitteella luet e-kirjoja?

voit valita useamman vaihtoehdon

- ☐ e-kirjan lukulaitteella
☐ tablettitietokoneella
☐ älypuhelimella
☐ tietokoneella
☐ muu; mikä? _____
☐ en lue e-kirjoja

5. Tiesitkö Lappeenrannan kirjaston tarjoavan e-kirjoja lainaan?

☐ kyllä

☐ en

6. Mistä sait tietää Lappeenrannan kirjaston e-kirjoista?

voit valita useamman vaihtoehdon

☐ kirjaston verkkosivuilta

☐ sosiaalisesta mediasta (esim Facebook)

☐ sanomalehdestä

☐ tuttaviltani

☐ muualta; mistä? _____

☐ en tiennyt Lappeenrannan kirjaston e-kirjoista

7. Oletko koskaan käyttänyt Lappeenrannan kirjaston tarjoamia e-kirjoja?

☐ kyllä

☐ en

8. Mitä kautta haluaisit saada tietoa Lappeenrannan kirjaston e-kirja-uutuuksista?

voit valita useamman vaihtoehdon

☐ kirjaston verkkosivuilta

☐ sosiaalisen median kautta (esim. Facebook)

☐ kirjastossa käydessäni

☐ muualta; mistä? _____

☐ en ole kiinnostunut saamaan tietoa uutuuksista

Kiitos vastaamisesta! Voit vielä halutessasi jättää e-kirjoihin liittyvää palautetta tai ideoita kirjastolle.
